

CSA
CONSEIL SUPÉRIEUR
DE L'AUDIOVISUEL

2017

BAROMÈTRE

BARO
MÈTRE

DIVERSITÉ & ÉGALITÉ

Baromètre **Vol. 1**
PROGRAMMES

TABLE DES MATIÈRES

Introduction	4
Cadrage Méthodologique.....	6
Description de l'échantillon du Baromètre 2017.....	11
PARTIE 1 : TENDANCES GÉNÉRALES	16
1. Le Genre	16
1.1. Genre sur l'ensemble des programmes.....	17
1.2. Genre et types de programme.....	18
1.3. Genre et rôle médiatique.....	22
2. L'origine	29
2.1. L'origine perçue sur l'ensemble des programmes.....	30
2.2. Origine et types de programme.....	32
2.3. Origine et rôle médiatique.....	36
3. Les catégories socio-professionnelles (CSP)	42
3.1. CSP sur l'ensemble des programmes.....	43
3.2. CSP et types de programme.....	45
3.3. CSP et rôle médiatique.....	50
3.4. CSP et origine perçue.....	54
3.5. CSP et genre.....	57
4. L'âge	61
4.1. L'âge sur l'ensemble des programmes.....	62
4.2. Âge et types de programme.....	64
4.3. Âge et rôle médiatique.....	68
4.4. Âge et genre.....	72
5. Le handicap	73
5.1. Personnes en situation de handicap sur l'ensemble des programmes.....	74
5.2. Personnes en situation de handicap et types de programme.....	74
5.3. Personnes en situation de handicap et rôles médiatiques.....	75
5.4. Personnes en situation de handicap et marqueur social.....	77
5.5. Personnes en situation de handicap et niveau d'intervention.....	77

PARTIE 2 : DEUX ANGLES D'ATTAQUE	78
1. L'information	78
1.1. Rappel synthétique	79
1.2. Le genre informationnel dans les différents groupes d'éditeurs de services	80
1.3. La portée de l'information	81
1.3.1. Répartition des intervenant.e.s par genre	82
1.3.2. Répartition des intervenant.e.s par origine	84
1.3.3. Répartition des intervenant.e.s par âge	91
1.3.4. Répartition des intervenant.e.s par catégorie socio-professionnelle	94
1.3.5. Répartition des intervenant.e.s en situation de handicap	99
1.4. Les sous-genres de l'information	99
1.4.1. Répartition des intervenant.e.s par genre	100
1.4.2. Répartition des intervenant.e.s par origine	102
1.4.3. Répartition des intervenant.e.s par âge	108
1.4.4. Répartition des intervenant.e.s par catégorie socio-professionnelle (CSP)	111
1.5. Les rubriques de l'information	115
1.5.1. Répartition des intervenant.e.s par genre	116
1.5.2. Répartition des intervenant.e.s par origine	118
1.6. Les journalistes dans l'information	121
1.6.1. Répartition des intervenant.e.s par genre	121
1.6.2. Répartition des intervenant.e.s par âge	129
1.6.3. Répartition des intervenant.e.s par origine	132
2. L'identification de l'intervenant.e	134
2.1. Les mentions	135
2.1.1. Répartition des intervenant.e.s par genre	136
2.1.2. Répartition des intervenant.e.s par origine	138
2.1.3. Répartition des intervenant.e.s par âge	140
2.2. Prisme perceptif	144
2.3. Marqueurs sociaux	148
Conclusion	150
Bibliographie	158
Annexes : grille d'analyse	161

INTRODUCTION

Après trois premières éditions, réalisées entre 2011 et 2013 dans le cadre du Plan pour la diversité et l'égalité dans les médias audiovisuels de la Fédération Wallonie-Bruxelles, le Conseil Supérieur de l'Audiovisuel a relancé en 2017 un nouveau Baromètre de la Diversité et de l'Égalité. L'objectif central de ce Baromètre n'a pas varié : il s'agit de dresser un état des lieux de l'égalité et de la diversité dans les différents services télévisuels actifs en Fédération Wallonie-Bruxelles, à la lumière des critères de genre, d'origine, d'âge, de catégorie socio-professionnelle et de handicap. Une question centrale traverse l'analyse : les représentations à l'écran renvoient-elles ou non au monde qui nous entoure, et pourquoi ?

Si l'objectif de ce nouveau Baromètre s'inscrit dans la continuité des précédentes éditions, le contexte de l'analyse a connu quelques changements. Entre l'échantillon analysé dans ce nouveau Baromètre et celui étudié dans l'étude qui a précédé, près de cinq ans se sont écoulés. Au fil de ces cinq années, la programmation a connu un certain nombre d'évolutions, tout comme le contexte structurel qui se reflète dans l'actualité locale, nationale et internationale. L'environnement politique, économique, social imprègne nécessairement les résultats de ces différentes études, il se trame en filigrane derrière les données. Se pencher sur des contenus médiatiques revient nécessairement à appréhender des discours en interactions. Il faut en tenir compte dans nos interprétations.

D'autre part, la relance du Baromètre s'inscrit dans le cadre des nouvelles missions confiées au CSA par le législateur. En effet, depuis 2016, l'article 136 du Décret coordonné sur les services des médias audiovisuels confié au Collège d'autorisation et de contrôle du CSA, la mission « de participer à la réalisation d'une analyse périodique relative à la représentation équilibrée des femmes et des hommes, d'encourager la diffusion des bonnes pratiques en matière de lutte contre les stéréotypes sexistes et d'émettre, s'il échet, des recommandations spécifiques ». La relance du Baromètre s'inscrit dans le cadre de ces nouvelles missions. Toutefois, convaincu de l'utilité sociale de ce Baromètre qui participe à mettre la question de la diversité et de l'égalité à l'agenda des politiques publiques, de la régulation audiovisuelle et des médias, le CSA a poursuivi l'analyse des différents critères d'égalité et de diversité au-delà des obligations décrétales en matière d'égalité entre les femmes et les hommes.

Enfin, quels que soient les résultats, les enseignements que l'on tirera du Baromètre 2017 prendront nécessairement une tonalité différente. En effet, l'heure n'est plus à la découverte de la problématique : plusieurs états des lieux ont déjà été effectués¹, des bonnes pratiques ont été relayées et discutées² et certains outils structurels ont été impulsés pour avancer vers le changement³. Il s'agit donc désormais, à l'issue de l'analyse, de s'engager dans la voie du changement.

En termes de structure, ce Baromètre 2017 se déploie en deux volumes.

Le premier s'inscrit dans la continuité des analyses précédentes : on y examine les programmes, en indexant chaque genre télévisuel. Le rapport de recherche est structuré comme suit : tendances générales, programmes d'information, identification des intervenant.e.s (mentions, perceptions, marqueurs sociaux).

Le second volume propose, quant à lui, une analyse spécifique de la communication commerciale sous l'angle du genre. Il s'agit d'une étude à part entière établie sur la base d'une grille d'analyse spécifique. Le déploiement du Baromètre sur la communication commerciale lance de nouveaux enjeux. En effet, la publicité est commandée par un annonceur, réalisée par une agence, intégrée dans des espaces dédiés par des régies. Les éditeurs de services qui les diffusent en assument la responsabilité éditoriale. La complexité de cette chaîne implique nécessairement de faire porter la réflexion sur le genre et, au-delà, sur la diversité, sur l'ensemble de la chaîne de production-diffusion audiovisuelle. C'est un des nouveaux enjeux de ce Baromètre.

Bonne lecture.

¹ CONSEIL SUPÉRIEUR DE L'AUDIOVISUEL, *Baromètre Diversité-Egalité 2011, 2012, 2013*. En dehors des services télévisuels, on renverra aux études de l'AJP sur la diversité et l'égalité dans la presse quotidienne belge francophone.

² CONSEIL SUPÉRIEUR DE L'AUDIOVISUEL, *Panorama des bonnes pratiques en matière d'égalité et de diversité dans les médias audiovisuels de la Communauté française de Belgique*, Bruxelles, CSA, 2010, 2011, 2012.

³ Voyez notamment la base de données Expertalia : un outil créé par l'Association des journalistes professionnels qui a pour ambition de rendre visibles d'autres personnes dans le champ médiatique, et d'assurer davantage d'égalité des genres et de diversité d'origine ethnique et culturelle dans l'information. <http://expertalia.be/>

CADRAGE MÉTHODOLOGIQUE

L'objectif du Baromètre de la Diversité et de l'Égalité est « de photographier » d'année en année, sur la base d'une semaine d'échantillon, la manière dont les éditeurs de services télévisuels de la Fédération Wallonie-Bruxelles représentent l'égalité et la diversité à l'écran. Le Baromètre 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 récits que nous recevons chaque jour, dont nous sommes bombardés par les divers médias qui nous environnent en permanence, construisent une certaine image de la société, donc de nous-mêmes. La vision du monde que nous nous approprions n'est que la somme des informations qui nous sont transmises par les divers discours médiateurs (en famille, à l'école, dans nos relations, notre travail, nos loisirs...). Ces discours façonnent pour nous une certaine image de la société, mais ils nous modifient aussi dans nos comportements et nos pensées, ainsi que l'a développé Paul Ricoeur dans *Temps et récit* »¹. Il existe ainsi des « enjeux épistémologiques » derrière les relations entre récits médiatiques et société : « quel récit un journaliste veut-il mettre en scène pour quelle société ? S'il accepte l'idée que de sa mise en récit dépend une certaine vision du monde qu'il donne à voir, à penser, il faut qu'il soit conscient du type de récit qu'il va présenter au public »². Au vu de cette boucle entre récit médiatique et société, l'enjeu de la représentation de la diversité apparaît extrêmement saillant.

La question de recherche qui sous-tend notre analyse est dès lors la suivante : la réalité à l'écran née de ces représentations en miroir renvoie-t-elle ou non à la représentation du monde et pourquoi ? Pour y répondre une perspective visant à objectiver l'état de la diversité et de l'égalité sur la base de cinq critères a été définie. Ces critères sont le genre, l'origine, l'âge, la situation socio-professionnelle et le handicap. Il s'agit dès lors de procéder à une quantification de ces variables. Ce travail quantitatif est 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.

Considérons l'échantillon du Baromètre 2017. Pour rappel, « L'échantillon correspond à la fraction ou au sous-ensemble de messages tirés de la population étudiée et que le chercheur entend soumettre à l'analyse proprement dite. Comme la population d'où il provient, l'échantillon doit présenter des qualités de pertinence et d'homogénéité, même si par définition il ne peut être exhaustif »³. L'échantillon étudié dans le présent Baromètre s'étend sur 7 jours consécutifs répartis sur deux semaines différentes : du jeudi 11 au mercredi 17 mai 2017. Il ne prétend en aucun cas à l'exhaustivité mais il est pertinent, car il permet de répondre à la question de recherche, et homogène, car tous les messages composant l'échantillon présentent des caractères identiques. Il se veut également « représentatif » de la population étudiée⁴.

Dans toute recherche en analyse de contenu des médias qui procède par échantillonnage en effectuant une « coupe » au sein du flux d'actualité, les spécificités contextuelles doivent être prises en considération tant elles peuvent influencer sur les résultats observés. Ces variations contextuelles sont inhérentes à l'analyse de contenu des médias, surtout dans sa dimension comparative. C'est pourquoi, aucun résultat du Baromètre ne peut être interprété en dehors de son contexte, celui-ci lui conférant son ultime signification. Détaillons les données contextuelles de la semaine encodées en parcourant l'actualité et les spécificités de la programmation.

¹ LITS, Marc ; DESTERBECQ, Joëlle, *Du récit au récit médiatique*, Bruxelles, De Boeck, 2^{ème} éd., 2017, coll. « Infocom », p. 196.

² *Idem*, p. 218.

³ DE BONVILLE, Jean, *L'analyse de contenu des médias. De la problématique au traitement statistique*, Paris-Bruxelles, De Boeck & Larquier, coll. « Culture et communication », 2000, p. 104.

⁴ *Ibidem*.

Ainsi, l'actualité de la semaine encodée est traversée par les sujets suivants : la fête des mères, le « Kazakgate », Publifin, le procès dit des « Princesses Saoudiennes » du Conrad à Bruxelles, l'investiture d'Emmanuel Macron et la formation du gouvernement, les relations entre Trump et le chef du FBI, la préparation de la visite du siège de l'OTAN par Trump, l'ancien Président du Brésil « Lula » face à la justice, les affrontements entre partisans et opposants au Président Maduro au Venezuela, les tirs de missile de la Corée du nord et une cyberattaque. C'est aussi la « Semaine du vivre ensemble » sur les chaînes locales – vivre ensemble avec les personnes en situations de handicap – et le Télédon. Enfin, le 17 mai, dernier jour du corpus encodé, se tient la journée mondiale contre l'homophobie et la transphobie ainsi que l'ouverture du festival de Cannes. La programmation comporte, quant à elle, l'Eurovision, le concours Reine Elizabeth et un volume conséquent de matchs de football.

L'important est que ces variables puissent être contrôlées. Ainsi, dans nos analyses, nous placerons lorsque cela s'avèrera nécessaire des « filtres » qui permettront de comparer les résultats en incluant ou pas les intervenant.e.s qui apparaissent dans ces sujets ou programmes.

Le corpus comporte les programmes produits en propre ou coproduits (en ce compris les émissions en partenariat avec les producteurs indépendants) par les éditeurs de services linéaires actifs en Fédération Wallonie-Bruxelles. Comme nous l'avons déjà précisé dans les éditions précédentes du Baromètre, il semblait plus intéressant de comprendre ce qui se passe dans les productions que maîtrisent in concreto les éditeurs de services de la Fédération Wallonie-Bruxelles pour travailler au plus près la question de la diversité.

Vingt-trois chaînes de ces éditeurs sont incluses dans le corpus, il s'agit exclusivement de services linéaires : La Une, La Deux, La Trois, RTL TVi, Plug RTL, Club RTL, AB3, AB4, Canal Z, Be1, Proximus 11, les 12 télévisions locales (Antenne Centre, BX1, Canal C, Canal Zoom, MaTélé, Notélé, RTC Télé-Liège, Télé Mons-Borinage, Téléambre, Télévesdre, TV Com, TV Lux). Par rapport à l'édition 2013 du Baromètre, Star TV et Liberty TV n'existent plus. Voo Foot a été remplacée par les chaînes VOO Sport et Voo Sport World. Néanmoins, ces chaînes n'ont pas été enregistrées, tout comme Proximus 11+.

Nous reprenons la méthodologie utilisée dans les trois premières éditions du Baromètre. Rappelons dès lors ses fondements.

L'encodage porte sur la tranche horaire 11-24h pour les télévisions privées et pour la RTBF. Elle porte sur la diffusion de 00h à 24h pour les télévisions locales étant entendu que les rediffusions ne sont pas prises en compte. Précisons que toute émission dont au moins 50% de la durée prend place après 11h ou avant 24h pour les chaînes privées ou la RTBF ou après 00h ou avant 24h pour les télévisions locales ont été indexées dans leur totalité.

Seules les émissions en première diffusion font l'objet d'un encodage. Les rediffusions ont été prises en compte, pour autant qu'il ne s'agisse pas de rediffusions sur une même chaîne, le même jour.

Enfin, tous les genres télévisuels sont indexés, à l'exception de la publicité. En effet, la communication commerciale fait l'objet d'une analyse et d'un rapport de recherche spécifique.

LES GENRES ET SOUS-GENRES INCLUS DANS L'ÉTUDE SONT DONC LES SUIVANTS :

Fiction

- cinéma
- téléfilm
- série
- animation
- court métrage

Information

- journal télévisé
- magazines d'information
- débats
- émissions spéciales

Magazine/documentaire

- magazine de société
- patrimoine
- magazine culturel
- lifestyle
- documentaires

Divertissement

- jeu
- musique
- vidéoclips
- spectacles d'humour
- télé-achat / call TV
- vie des médias
- autre

Sport

- retransmissions sportives
- magazines sportifs

Programmes courts (généralement inférieur à 5 minutes)

- messages d'intérêt général
- communiqués
- informations routières
- météo
- bandes annonces
- lotto
- habillages
- capsules

L'unité d'enregistrement « désigne le segment de contenu qui doit être classé »⁵. L'unité d'enregistrement ou d'encodage qui préside à cette analyse, comme aux précédentes, est l'intervenant.e. L'indexation porte sur chaque personne considérée comme intervenant.e, c'est-à-dire :

- la personne qui apparaît à l'écran et prend la parole ;
- la personne que l'on voit mais qui ne parle pas ;
- la personne qui parle mais que l'on ne voit pas ;
- la personne que l'on ne voit pas mais dont on parle.

Les intervenant.e.s sont répertorié.e.s une seule fois par émission, sans tenir compte de la fréquence ni de la durée de leur intervention. Ainsi, une personne dont on parle deux secondes et qui n'apparaît pas à l'écran est comptabilisée de la même façon qu'une personne qui prend la parole durant une heure. Leur niveau de participation est toutefois pris en considération (par ex. que l'on voit et qui parle ou que l'on ne voit pas mais dont on parle) afin d'affiner l'encodage. Nous avons déjà eu l'occasion d'argumenter sur ce choix méthodologique : il s'agit de mettre tou.te.s les intervenant.e.s sur

un même pied d'égalité afin de dresser un état des lieux brut de la diversité à la télévision en un temps « t » et de comparer son évolution au fil du temps. L'objectif étant de poser un cadre quantitatif comme préalable au débat de fond. Précisons que si ces personnes sont présentes dans plusieurs programmes, elles sont indexées en conséquence.

Les groupes de personnes sont indexés au même titre que les intervenant.e.s isolé.e.s. Une seule occurrence est posée par groupe. Ainsi, au-delà de 3 personnes au sein d'un même plan, les intervenant.e.s sont considéré.e.s comme un tout et classé.e.s en tant que « figurant.e.s non individualisé.e.s ».

Les intervenant.e.s ont été décrit.e.s suivant cinq critères de diversité et d'égalité : le genre, l'origine, l'âge, la situation socio-professionnelle et le handicap.

⁵ DERÈZE, Gérard, *Méthodes de recherche en communication*, De Boeck, coll. « Infocom », 2009, p. 181.

Comme pour les éditions précédentes du Baromètre, l'encodage repose sur les perceptions de sens commun, sur les critères qui permettent à tout un chacun de catégoriser implicitement le monde qui l'entoure. En effet, chacun d'entre nous utilise des catégories pour appréhender l'univers qui l'entoure. « *La fonction sans doute principale de la catégorisation est de mettre de l'ordre dans l'environnement et de lui donner du sens. En effet, de même que nous mettons en relation les objets ou informations, les catégories n'existent pas indépendamment les unes des autres dans notre esprit. Nos catégories utilisent notre connaissance de l'univers et nous permettent d'aller plus loin que le simple fatras d'informations auquel nous sommes confrontés* »⁶. Les individus organisent leur connaissance au sujet de la personnalité d'autrui sur la base de « théories implicites » qui se construisent à partir de l'expérience vécue et de la culture ambiante. « *Le fait que ces théories soient implicites ne signifie nullement qu'elles sont inconscientes, mais plutôt que leurs détenteurs ne savent pas les exprimer de manière formelle et qu'elles n'ont aucun critère objectif de validité* (Leyens, 1983) »⁷. L'indexation des intervenant.e.s suivant les cinq critères d'égalité et de diversité à laquelle nous procédons prend appui sur ce processus de catégorisation implicite et ne se fonde en aucun cas sur un processus d'objectivation ou de recherche de la vérité. L'indexation des intervenant.e.s reproduit donc des perceptions de sens commun, informelles, telles qu'elles peuvent être mobilisées par le.télespectateur.trice lambda.

DÉTAILLONS CES CINQ CRITÈRES OU VARIABLES DE L'ÉGALITÉ ET DE LA DIVERSITÉ :

LE GENRE :

- homme
- femme
- plusieurs genres (ex. hommes et femmes)
- personne transgenre
- personne travestie
- ne sait pas (par exemple : des nouveau-nés, des individus dont on parle de manière générale « les enseignant.e.s », « les manifestant.e.s », « les migrant.e.s »).

L'ÂGE⁸ :

- <ou égal à 12
- 13-18
- 19-34
- 35-49
- 50-64
- ≥ 65
- plusieurs tranches d'âge
- ne sait pas (par exemple : visage flouté, ou encore dans le cas d'une personne décédée dont on parle de manière générale). Si le sujet recourt à des images d'archives, l'âge répertorié correspond à celui de l'époque.

L'ORIGINE PERÇUE :

Comme explicité plus haut, nous travaillons sur des indicateurs fondés sur des perceptions de sens commun. Chacun d'entre nous utilise des catégories pour appréhender l'univers qui l'entoure⁹. L'indexation des intervenant.e.s sur la base de l'origine à laquelle nous procédons dans l'analyse prend appui sur ce processus de catégorisation implicite et ne se fonde donc en aucun cas sur un processus d'objectivation ou de recherche de la vérité. Nous procédons par appréhension de marqueurs immédiatement perceptibles (par ex. apparence physique, accent, mention éventuelle d'un nom à consonance « étrangère ») pour nous fonder une représentation immédiate d'autrui. Nous ne visons donc pas dans notre analyse la substance des individus mais bien la construction sociale de l'altérité via des mécanismes de catégorisation. Dès lors, nous avons catégorisé les différent.e.s intervenant.e.s en fonction de leur origine perçue, c'est-à-dire en nous basant sur des marqueurs ethno-raciaux jugés les plus répandus dans la population. Les marqueurs de la perception de ces catégories relèvent du sens commun supposé du grand public et s'appuient ici principalement sur les traits physiques des personnages apparaissant à l'antenne ou sur d'autres indices recueillis dans les commentaires (en voix « off ») ou par auto-désignation, tels que la mention de la nationalité ou de l'origine des individus.

⁶ LEYENS, J.-P., YZERBYT, V., *Psychologie sociale*, Sprimont, Mardaga, 1997, p. 39.

⁷ *Idem*, p. 41.

⁸ Les catégories sont calquées sur celles de l'INS.

⁹ LEYENS, Jacques-Philippe, YZERBYT, Vincent, *Psychologie sociale*, op. cit., p. 39.

LES CATÉGORIES DES ORIGINES SUPPOSÉES RETENUES PAR L'ÉTUDE SONT LES SUIVANTES :

- Perçu.e comme blanc.he
- Perçu.e comme noir.e
- Perçu.e comme arabe
- Perçu.e comme asiatique (Extrême Orient)
- Perçu.e comme turc.que
- Perçu.e comme métis.se
- Perçu.e comme Européen.ne de l'est
- Perçu.e comme Rrom¹⁰
- Autre
- Multiculturel (deux marqueurs ou plus dans un même plan)
- Ne sait pas

Les termes utilisés n'ont donc de sens que méthodologiquement, afin de poser des critères qui permettent de quantifier la représentation de la diversité à l'écran. À partir du moment où la multiculturalité est un fait sociologique indéniable de la société, celle-ci peut dès lors acquérir ou pas une visibilité en télévision. C'est cette visibilité que nous cherchons à appréhender.

LA PROFESSION ¹¹ :

Nous avons répertorié la catégorie socio-professionnelle des intervenant.e.s lorsqu'elle est mentionnée ou identifiable grâce au contexte. Si la catégorie socio-professionnelle de la personne change au cours du programme, nous encodons l'activité qui occupe la plus grande partie du programme.

- Dirigeant.e.s et cadres supérieur.e.s
- Professions intellectuelles et scientifiques
- Professions intermédiaires
- Employé.e.s de type administratif
- Personnel des services et vendeur.euse.s de magasin et de marché
- Agriculteur.trice.s et ouvrier.ère.s qualifié.e.s de l'agriculture et de la pêche
- Artisan.e.s et ouvrier.ère.s des métiers de type artisanal
- Conducteur.trice.s d'installations et de machines et ouvrier.ère.s de l'assemblage
- Ouvrier.ère.s et employé.e.s non qualifié.e.s
- Forces armées
- Elèves et étudiant.e.s
- Retraité.e.s
- Inactif.ve.s
- Autre
- Plusieurs professions
- Non identifiable, ne sait pas
- Non pertinent

LE HANDICAP VISIBLE

Par handicap, il faut entendre une déficience physique ou mentale qui handicape dans la vie quotidienne. Une maladie invalidante peut être considérée comme handicap. La recension du handicap visible à l'écran est établie sur la base d'indices de perception ou fournis par le contexte de l'émission.

La grille d'analyse complète figure en annexe.

¹⁰ La dénomination «Rrom» (ou «Rromani»), qui signifie «homme» en langue romanès, est un terme générique et endogène qui désigne l'ensemble de la population ayant migré du nord de l'Inde dès le Vème siècle (comprenant communautés manouche, sinti, gitane, rom d'Europe de l'Est, etc.). Ce terme a été adopté lors du Premier Congrès International des Rroms à Londres en avril 1971, par l'Union Romani Internationale, et peut éventuellement être remplacé par le terme «tsigane» (ou «tzigane»). Voir GHEORGHE, N., HANCOCK, I., CORTIADE, M., « «Rroms» ou «Tsiganes» ? Quelques commentaires sur l'ethnonyme du peuple rromani », *Études Tsiganes*, vol. 50, no.2, 2012, pp.140-147.

¹¹ Les catégories professionnelles reposent sur la classification INS basée sur la version européenne de la Classification internationale Type des Professions (CITP-88(COM)).

DESCRIPTION DE L'ÉCHANTILLON DU BAROMÈTRE 2017

L'échantillon repose sur l'encodage d'une semaine de programmes, du jeudi 11 au mercredi 17 mai 2017, diffusés sur 23 chaînes de télévision des éditeurs actifs en Fédération Wallonie-Bruxelles. Seules les productions propres, les co-productions et les émissions en partenariat avec des producteurs indépendants ont été encodées. Le corpus comporte trois chaînes de moins qu'en 2013 : Liberty TV et Star TV qui n'existent plus actuellement, ainsi que Voo Foot (devenue Voo Sport).

En dépit de ces ajustements, le nombre total d'intervenant.e.s a sensiblement augmenté comparativement au Baromètre de 2013 – qui était fondé, pour rappel, sur un corpus de l'année 2012. En effet, à l'issue de l'encodage, nous avons répertorié dans cette nouvelle édition 82.961 intervenant.e.s. À titre de comparaison, ce chiffre était de 63.568 pour le Baromètre 2013, 38.581 pour celui de 2012 et, enfin, 23.657 pour celui de 2011. Des Baromètres 2013 à 2017, le nombre d'intervenant.e.s a donc été multiplié par 1,3.

Au total, nous avons encodé 644 heures 3 minutes et 42 secondes de programmes. C'est 214 heures de plus que pour le Baromètre 2013. L'accroissement du nombre d'heures et d'intervenant.e.s encodé.e.s est donc très conséquent.

Penchons-nous tout d'abord sur la distribution de ces heures et intervenant.e.s par groupe d'éditeurs de services de médias audiovisuels.

Lorsqu'on étudie la répartition des intervenant.e.s par groupe d'éditeurs, plusieurs constats s'imposent. Tout d'abord, on observe que la part des télévisions locales a considérablement augmenté depuis le dernier Baromètre. Les douze télévisions locales regroupent en effet 57,43% des

intervenant.e.s encodé.e.s dans le Baromètre 2017, contre 36,69% dans le Baromètre 2013. Cette augmentation de la part des intervenant.e.s des télévisions locales est liée à l'accroissement du volume de production propre de ces éditeurs depuis le Baromètre 2013. Comme le rappelait le CSA dans son Avis relatif au contrôle annuel des télévisions locales pour l'exercice 2016 : « La durée totale de la production propre des 12 télévisions locales est passée de 3464 heures en 2011 à 4438 heures en 2015. Ceci constitue une progression de 28,1% en 5 ans. (...) Sur l'exercice 2016, la durée totale de la production propre des 12 télévisions locales diminue pour repasser sous son niveau de 2014 à 4259 heures (-4,02%) »¹². Cette augmentation de la part des télévisions locales est aussi liée à des ajustements au sein des autres groupes d'éditeurs.

Ensuite, on note une diminution de la part des « autres télévisions privées ». Elle peut s'expliquer par la suppression des chaînes Liberty TV et Star TV et par la disparition des programmes de télé-achat et call-TV dans les heures encodées sur les chaînes de AB, ce qui a sensiblement diminué le nombre d'intervenant.e.s au sein des chaînes de ce groupe. Précisons toutefois qu'un certain nombre d'ajustements s'opèrent au sein des « autres télévisions privées ». En effet, la part des intervenant.e.s sur la chaîne de football Proximus 11 (anciennement Belgacom 11) a connu une augmentation très sensible. Ainsi, le Baromètre 2013 comportait deux chaînes de football pour un total de 3.387 intervenant.e.s quand celui de 2017 recense une chaîne de football pour un total de 7.906 intervenant.e.s.

¹² Collège d'autorisation et de contrôle, Avis relatif au contrôle annuel des télévisions locales pour l'exercice 2016, p. 17.
<http://www.csa.be/documents/2771>

S'agissant des chaînes du groupe RTL, on observe une diminution de 911 intervenant.e.s de 2013 à 2017. La suppression de la call TV du corpus encodé explique la diminution de près de la moitié de ces intervenant.e.s (394 sur 911, soit 43,25%). De manière générale, on observe des variations dans la distribution des genres et sous-genres de programmes sur les chaînes de ce groupe : l'information et le documentaire ont connu une progression. Par contre, le divertissement (dont la call TV) et les programmes courts ont reculé.

Enfin, les chaînes de la RTBF présentent également moins d'intervenant.e.s en 2017 qu'en 2013. En revanche, la distribution des intervenant.e.s par genres/types de programmes y est très stable de 2013 à 2017 : les variations génériques n'excèdent pas 1,5%.

Tableau 1. Répartition des intervenant.e.s par groupe d'éditeur (2013 – 2017)

	2013	2017
Groupe RTBF	18.640 / 29,32%	16.886 / 20,35%
Groupe RTL	8.866 / 13,95%	7.955 / 9,59%
Télévisions locales	23.321 / 36,69%	47.642 / 57,43%
Autres privées	12.741 / 20,04%	10.478 / 12,63%
Total général	63.568 / 100,00%	82.961 / 100,00%

Lorsqu'on compare les groupes d'éditeurs en fonction de la durée horaire plutôt que par répartition de leurs intervenant.e.s, on observe assez peu de variations, si ce n'est pour les chaînes du groupe RTL. En effet, si en termes d'intervenant.e.s le groupe représente environ 10% du corpus, cette proportion chute à 5,83% lorsqu'on prend en considération la durée. La durée moyenne des programmes

est plus courte sur les chaînes du groupe RTL que sur les chaînes des autres groupes – précisons que les programmes courts représentent plus du tiers des intervenant.e.s encodé.e.s pour ces chaînes (35,94%). En termes de durée, les douze chaînes locales totalisent 60,59% du corpus, les trois chaînes de la RTBF 19%, les « autres télévisions privées » 14,55%.

Tableau 2. Distribution de la durée par groupe d'éditeur (2017)

	Effectifs	Pourcentages
Groupe RTBF	122:28:30	19,01%
Groupe RTL	37:36:43	5,83%
Télévisions locales	390:14:19	60,59%
Autres privées	93:44:10	14,55%
Total général	644:03:42	100,00%

Analysons ensuite la distribution de la durée et des intervenant.e.s par genre/type de programme. Comme nous l'avons déjà mentionné dans l'édition 2013 du Baromètre, la part des différents genres télévisuels évolue avec les années suivant les apparitions/disparitions de chaîne et les modifications des grilles de programme. Ainsi, la comparaison avec les résultats du Baromètre 2013 montre à nouveau des évolutions.

Tableau 3. Distribution des intervenant.e.s par type de programme (2013 – 2017)

	2013	2017
Fiction	637 / 1,00%	1.062 / 1,28%
Information	20.951/ 32,96%	30.235 / 36,44%
Magazine – Documentaire	14.322 / 22,53%	22.392 / 26,99%
Divertissement	8.782 / 13,82%	3.572 / 4,31%
Sport	5.935 / 9,34%	11.973 / 14,43%
Programmes courts	12.247 / 19,27%	12.650 / 15,25%
Autres émissions	694 / 1,09%	1.077 / 1,30%
Total général	63.568 / 100,00%	82.961 / 100,00%

S'agissant de la proportion d'intervenant.e.s par genre/type de programme, on observe que l'information connaît une légère hausse, passant de 32,96% à 36,44% (+ 3,48%) des intervenant.e.s du corpus. C'est également le cas des magazines et documentaires qui connaissent une hausse de 4,46% (de 22,53% à 26,99%) et du sport qui augmente de 5,09% (de 9,34% à 14,43%). L'augmentation du volume d'intervenant.e.s sur Proximus 11 est à mettre en lien avec l'accroissement des programmes de sport. Quant à l'information, il s'agit du genre que l'on retrouve le plus fréquemment sur les télévisions locales (43% des intervenant.e.s des télévisions locales figurent dans l'information), télévisions qui rassemblent désormais plus de la moitié des intervenant.e.s du Baromètre. En revanche, deux genres de programme voient leurs effectifs diminuer : les programmes courts et le divertissement. Alors que les premiers reculent de 4,02%, les seconds connaissent une diminution de près de 10% (9,51%). L'analyse du divertissement par sous-genres permet d'expliquer ce recul. On note en effet, la disparition du sous-genre « télé-achat, call-TV » dans le corpus alors que ce dernier rassemblait à lui seul 47,40% des intervenant.e.s répertoriés dans le divertissement dans le Baromètre 2013. Enfin, la proportion d'intervenant.e.s dans la fiction et les «

autres émissions » est stable. Au vu de ces ajustements, les programmes qui concentrent le plus grand nombre d'effectifs en 2017 sont l'information et les magazines et documentaires. Les effectifs sont donc plus concentrés sur ces catégories et, par conséquent, moins largement distribués entre les différents genres de programme qu'en 2013.

En termes de durée horaire, les magazines et documentaires connaissent la plus grosse progression des Baromètres 2013 à 2017 : + 99 heures. Ils sont suivis des émissions d'information (+ 61 heures) et du sport (+ 59 heures). La fiction progresse de 13 heures mais reste le genre le plus faiblement représenté pour ce qui est de la durée horaire. De manière générale, tous les genres de programme connaissent une augmentation, à l'exception du divertissement qui recule de plus de 35 heures ainsi que nous l'avons déjà expliqué.

Ainsi, la répartition des programmes par genre est différente selon que l'on prend en considération le nombre d'intervenant.e.s ou la durée horaire. Si en nombre d'intervenant.e.s c'est l'information qui est le genre/type de programme le plus représenté, ce sont les magazines et documentaires lorsqu'on considère la durée des programmes (217 heures).

Ils sont suivis des programmes d'information (163 heures) et de sport (122 heures). Soulignons que les programmes d'information représentent 36,44% des intervenant.e.s encodé.e.s mais 25,40% de la durée horaire.

Tableau 4. Distribution de la durée par type de programme (2013 – 2017)

	2013	2017
Fiction	8:52:56 / 2,06%	21:34:36 / 3,35%
Information	102:01:13 / 23,70%	163:34:12 / 25,40%
Magazine – Documentaire	118:50:04 / 27,61%	217:43:14 / 33,80%
Divertissement	102:50:33 / 23,89%	65:22:08 / 10,15%
Sport	63:28:23 / 14,75%	122:54:37 / 19,08%
Programmes courts	27:23:29 / 6,36%	29:17:12 / 4,55%
Autres émissions	7:00:19 / 1,63%	23:37:43 / 3,67%
Total général	430:26:57 / 100,00%	644:03:42 / 100,00%

Pour cette édition du Baromètre, nous avons encodé les plages horaires dans lesquelles apparaissent les intervenant.e.s. Ainsi, 35,56% des effectifs apparaissent dans la plage de « journée » qui, il est vrai, est également la plus longue (10h-16h).

Cette plage est suivie de l'avant soirée (access prime time, 18h-20h) qui concentre 22,85% des intervenant.e.s, de la troisième partie de soirée et, enfin, du prime time – 12,41% des intervenant.e.s figurent dans cette tranche horaire.

Tableau 5. Distribution des intervenant.e.s selon les plages horaire (2017)

	Effectifs	Pourcentages
Matinale (06h-10h)	1.558	1,88%
Journée (10h-16h)	29.497	35,56%
Early fringe (16h-18h)	7.615	9,18%
Avant soirée - Access prime time (18h-20h)	18.958	22,85%
Soirée - Prime time (20h-23h)	10.298	12,41%
Deuxième partie de soirée (23h-00h)	1.524	1,84%
Troisième partie de soirée - Late night (00h-01h)	10.854	13,08%
Programme de nuit (01h-06h)	2.657	3,20%
Total général	82.961	100,00%

La répartition des intervenant.e.s selon leur degré de visibilité et de prise de parole dans l'espace médiatique montre, comme les années précédentes, que la majorité d'entre eux.elles est vue sans accéder à la parole : 73,68% des intervenant.e.s appartiennent ainsi à la catégorie « que l'on voit mais qui ne parle pas ». En revanche, 21,30% accèdent au niveau de participation maximal, en l'occurrence « que l'on voit et qui parle ».

C'est 3,57% de plus que pour l'édition précédente du Baromètre. L'augmentation de la part de ces intervenant.e.s « actif.ve.s » (on les voit et ils.elles parlent) est à mettre en parallèle avec l'accroissement des programmes d'information dans le volume total de programmes. Par ailleurs, 4,09% des intervenant.e.s parlent sans que l'on ne les voit. À l'inverse, 0,93% des individus interviennent en discours indirect : on ne les voit pas mais on en parle.

Tableau 6. Type de mention des intervenant.e.s – niveau de participation médiatique (2013 – 2017)

	2013	2017
Que l'on voit et qui parle	11.269 / 17,73%	17.670 / 21,30%
Que l'on voit mais qui ne parle pas	48.100 / 75,67%	61.124 / 73,68%
Qui parle mais que l'on ne voit pas	3.199 / 5,03%	3.396 / 4,09%
Que l'on ne voit pas mais dont on parle	1.000 / 1,57%	771 / 0,93%
Total général	63.568 / 100,00%	82.961 / 100,00%

S'agissant des individus placés dans cette dernière catégorie (que l'on ne voit pas mais dont on parle), nous avons cherché à répertorier comment on en parle. En l'occurrence, sont-ils individualisés ou abordés en tant que groupe/dans des termes généraux ? On observe que 718 de ces 771 intervenant.e.s (soit 93,13%) sont abordé.e.s en tant qu'individus, dans des termes particuliers et non généraux.

- PARTIE 1 -
**TENDANCES
GÉNÉRALES**

1.0

LE GENRE

1.1

GENRE SUR L'ENSEMBLE DES PROGRAMMES

Les intervenant.e.s ont été catégorisé.e.s comme homme, femme, personne transgenre ou personne travestie sur la base de marqueurs de genre ou, le cas échéant, par (auto) désignation. Sur un total de 82.961 intervenant.e.s, 1.141 n'ont pas pu faire l'objet d'une identification en termes de genre (soit 1,37%) et 7.351 (8,86%) renvoient à des groupes comportant plusieurs genres. Si l'on fait abstraction de ces deux catégories, 65,63% des personnes qui interviennent dans les programmes sont identifiées comme des hommes, 34,33% comme des femmes, 0,03% comme des personnes transgenres et 0,01% comme des personnes travesties¹³. Précisons en outre qu'en l'absence de mention ou de contexte spécifique les personnes transgenres ont pu être encodées comme homme ou femme.

Dans le Baromètre 2013 (portant sur l'année 2012), la proportion de femmes était de 36,88%. On observe donc une diminution de la proportion de femmes de l'ordre de 2,55%. Au 1er janvier 2017, les femmes composaient près de 51% de la population belge¹⁴. Elles demeurent ainsi sous-représentées à l'écran.

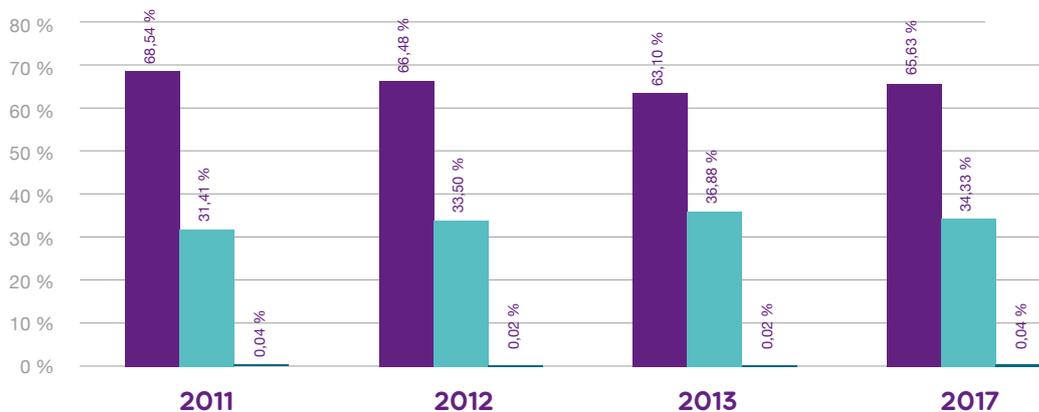
Notons que dans le Baromètre 2013, nous avons répertorié une émission de call-TV diffusant des photos de jeunes femmes dans des annonces de rencontres (Profils sur AB4). Cette émission avait « gonflé » le nombre d'intervenantes féminines sur cette chaîne. Nous avons alors précisé qu'en excluant ce programme, la proportion de femmes à l'écran redescendait à 33,34%. Ce résultat est fort similaire à celui d'aujourd'hui où les émissions de call-TV ont disparu de l'encodage.

	Effectifs	%
Hommes	48.871	65,63%
Femmes	25.565	34,33%
Personnes transgenres	23	0,03%
Personnes travesties	10	0,01%
Total	74.469	100,00%

Nous avons exclu les personnes dont on ne peut identifier le genre et les groupes comportant plusieurs genres, soit 8.492 unités

RÉPARTITION DES INTERVENANT.E.S PAR GENRE SUR L'ENSEMBLE DES PROGRAMMES / 2011-2017

Hommes - Femmes - Personnes transgenres et travesties



¹³ 65,63% d'hommes et 34,33% de femmes cisgenres - c'est-à-dire dont l'identité de genre correspond au sexe assigné à la naissance. Si le travestissement ne présuppose pas nécessairement que l'identité de genre de l'individu ne soit pas alignée sur son sexe biologique, il en est différemment pour la personne transgenre dont l'identité de genre est

différente du sexe assigné à la naissance. Nous avons donc distingué en deux catégories différentes les individus transgenres et les travestis.

¹⁴ Population par sexe et groupe d'âges pour la Belgique, 2007-2017 - Statistics Belgium - En ligne : <https://bestat.economie.fgov.be/bestat/crosstable.xhtml?view=c1649c18-ea66-4286-9310-2413e74134f8>

1.2

GENRE ET TYPES DE PROGRAMME

Procédons d'abord à une première lecture des données, en calculant le pourcentage par genre : comment se répartissent les types de programme selon le genre de l'intervenant.e ? L'analyse montre que les hommes comme les femmes se concentrent d'abord dans l'information, puis dans les magazines-documentaires. En outre, proportionnellement à leur nombre, les femmes sont un peu plus fréquemment représentées dans ces deux types/genres de programme que les hommes : 38,85% des femmes sont présentes dans l'information (pour 34,19% des hommes) ; 31,50% des femmes sont présentes dans les magazines et documentaires (pour 24,99% des hommes).

De manière générale, les femmes se concentrent sur trois types de programmes : l'information, les magazines-documentaires et, dans une moindre mesure, les programmes

courts – tels que météo, bandes annonces, habillages, capsules, etc. (17,09% des femmes). Les intervenants masculins se distribuent un peu plus largement dans les différents genres de programme. En effet, outre l'information, les magazines et les programmes courts, leur présence est nettement plus affirmée que celle des femmes dans le sport : 20,73% des intervenants masculins se concentrent dans cette dernière catégorie générique pour 4,30% des intervenantes féminines. Le divertissement concentre moins de 5% des intervenants masculins comme féminins. L'écart entre la proportion d'hommes et de femmes qui apparaissent dans ce genre est faible (1%).

Enfin, sur les 23 personnes transgenres que nous avons recensées, 19 (soit 82,61%) figurent dans les émissions d'information, dont 16 sur les télévisions locales.

Tableau 8. Répartition des types de programme selon le genre / 2017

	Hommes	Femmes	Personnes transgenres	Personnes travesties	Total général
Fiction	582 / 1,19%	333 / 1,30%	1 / 4,35%	0 / 0%	916 / 1,23%
Information	16.710 / 34,19%	9.931 / 38,85%	19 / 82,61%	4 / 40%	26.664 / 35,81%
Magazine/documentaire	12.213 / 24,99%	8.054 / 31,50%	2 / 8,70%	3 / 30%	20.272 / 27,22%
Divertissement	1.881 / 3,85%	1.239 / 4,85%	1 / 4,35%	3 / 30%	3.124 / 4,20%
Sport	10.132 / 20,73%	1.100 / 4,30%	0 / 0%	0 / 0%	11.232 / 15,08%
Programmes courts	6.855 / 14,03%	4.369 / 17,09%	0 / 0%	0 / 0%	11.224 / 15,07%
Autres émissions	498 / 1,02%	539 / 2,11%	0 / 0%	0 / 0%	1.037 / 1,39%
Total général	48.871 / 100,00%	25.565 / 100,00%	23 / 100,00%	10 / 100,00%	74.469 / 100,00%

Nous avons exclu les personnes dont on ne peut identifier le genre et les groupes comportant plusieurs genres, soit 8.492 unités

Procédons ensuite à une seconde lecture des données, en calculant le pourcentage par type de programme : comment se répartissent les genres par type de programme ?

Afin de conserver une comparabilité avec les données des trois éditions précédentes du Baromètre, nous avons exclu les personnes dont on ne peut identifier le genre, les groupes

comportant plusieurs genres mais aussi les personnes transgenres et travesties (qui totalisent 0,04% des effectifs).

À l'issue de ces ajustements, on constate que les hommes sont plus nombreux que les femmes dans toutes les catégories génériques, à l'exception des « autres émissions » (par ex. Dictée du Balfroid ou Tournoi d'Eloquence, ...). Détaillons ces résultats.

Tableau 9. Répartition des genres par type de programme (2017)

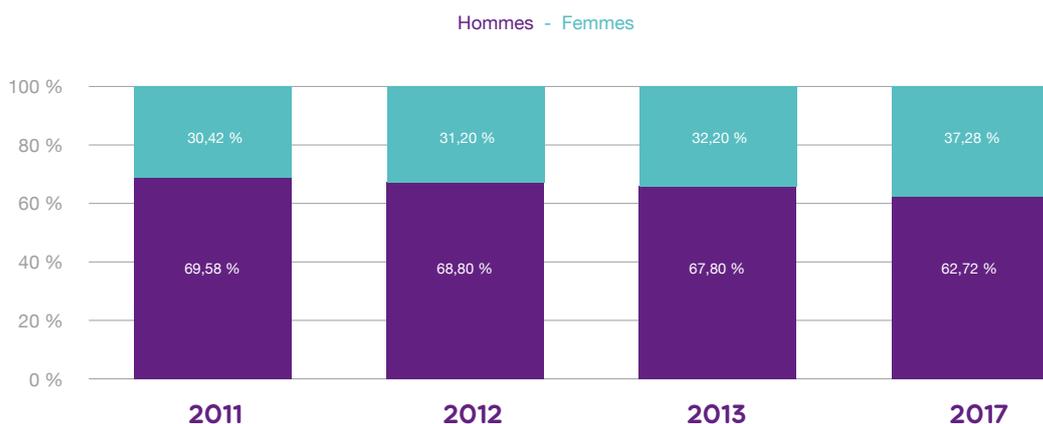
	Fiction	Information	Magazine-Documentaire	Divertissement	Sport	Programmes courts	Autre émission	Total général
Hommes	582 / 63,61%	16.710 / 62,72%	12.213 / 60,26%	1.881 / 60,29%	10.132 / 90,21%	6.855 / 61,07%	498 / 48,02%	48.871 / 65,66%
Femmes	333 / 36,39%	9.931 / 37,28%	8.054 / 39,74%	1.239 / 39,71%	1.100 / 9,79%	4.369 / 38,93%	539 / 51,98%	25.565 / 34,34%
Total général	915 / 100,00%	26.641 / 100,00%	20.267 / 100,00%	3.120 / 100,00%	11.232 / 100,00%	11.224 / 100,00%	1.037 / 100,00%	74.436 / 100,00%

Nous avons exclu les personnes dont on ne peut identifier le genre, les groupes comportant plusieurs genres, les personnes transgenres et travesties, soit 8.525 unités

Dans l'information, la proportion de femmes connaît un accroissement de 5,08% depuis le Baromètre 2013. Elle poursuit ainsi une augmentation constante : 30,42% en 2011, 31,20% en 2012, 32,20% en 2013 et 37,28% pour l'édition 2017. Le mouvement amorcé dans les précédentes éditions

du Baromètre semble donc se confirmer. Néanmoins, comparativement à leur présence dans la société, les femmes restent nettement sous-représentées dans les programmes d'information qui totalisent toujours 62,72% d'intervenants masculins. C'est une tendance lourde au fil des Baromètres.

RÉPARTITION DES INTERVENANT.E.S PAR GENRE DANS L'INFORMATION / 2011-2017



Après avoir connu un léger recul de 2011 à 2013, la proportion de femmes est en légère augmentation dans les magazines et documentaires : + 2,22% depuis 2013. Elle se stabilise ainsi au niveau de 2011 (39,74%). De la même manière, après avoir connu un recul graduel de 2011 à 2013, la proportion de femmes dans les programmes courts est en légère augmentation (+ 2,11% de 2013 à 2017).

S'agissant des magazines et documentaires, on notera que la distribution des hommes et des femmes est fort variable selon le sous-genre étudié. En effet, si 48,14% des individus encodés dans les émissions de lifestyle sont des femmes, cette proportion est de 42,98% dans les émissions de patrimoine, 38,18% dans les magazines de société et 32,75% dans les magazines culturels. À l'instar de ce que nous avons observé en 2013, les femmes sont donc plus largement associées à des informations de type « soft news »¹⁵, qu'à la culture, au patrimoine ou aux thématiques sociétales.

Dans les programmes de fiction, la proportion de femmes (36,39%) est quasiment équivalente à celle du Baromètre 2013. C'est également le cas des programmes de sport : moins de 10% des intervenant.e.s de ce type de programme sont des femmes. La percée observée dans cette catégorie générique à l'occasion du Baromètre de 2012 (16,81%) s'est estompée en 2013. L'estompement se confirme en 2017. Ainsi, hors événement ponctuel (tel qu'un championnat d'athlétisme, par exemple, comme ce fut le cas en 2012), les femmes sont très majoritairement exclues de l'actualité sportive.

¹⁵ La littérature scientifique recense différentes définitions des « soft news » car les indicateurs à la base de la construction de cette catégorie d'analyse diffèrent d'une recherche à l'autre. Dave Sinardet, Knut De Swert et Régis Dandoy définissent les soft news par opposition aux hard news dans le n°1864 du *Courrier hebdomadaire du CRISP* sur une base thématique : pour les sujets soft, « nous ne comprendrons dans notre analyse que les thèmes suivants : famille royale, faits divers, accidents de la

circulation, catastrophes et grande criminalité (vols, meurtres, car-jackings, etc.). Dans la catégorie des sujets hard, nous incluons les sujets socio-économiques, politiques et internationaux ». SINARDET, Dave, DE SWERT, Knut, DANDOY, Régis, « Les sujets des journaux télévisés francophones et flamands. Une comparaison longitudinale », in *Courrier hebdomadaire du CRISP*, n°1864, 2004, p. 21.

RÉPARTITION DES INTERVENANT.E.S PAR GENRE DANS LES MAGAZINES-DOCUMENTAIRES / 2011-2017

Hommes - Femmes



RÉPARTITION DES INTERVENANT.E.S PAR GENRE DANS LES PROGRAMMES COURTS / 2011-2017

Hommes - Femmes



RÉPARTITION DES INTERVENANT.E.S PAR GENRE DANS LE SPORT / 2011-2017

Hommes - Femmes

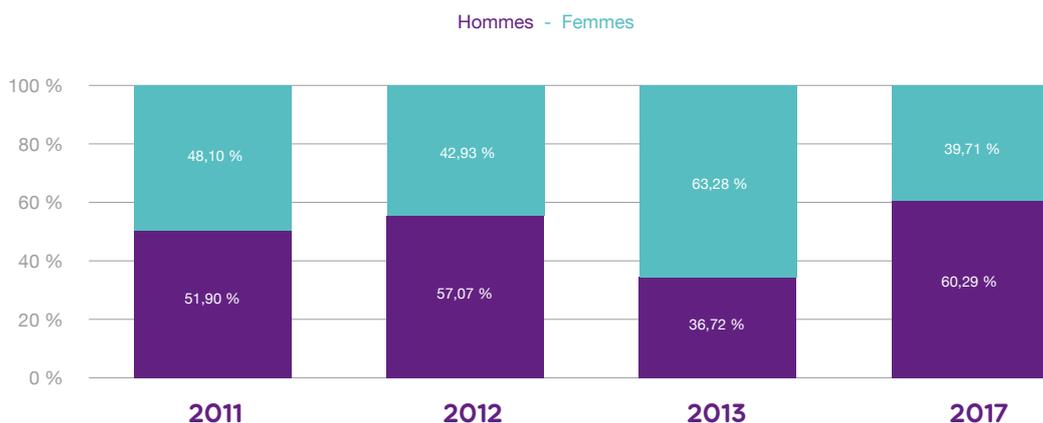


La plus grosse évolution réside dans la répartition des hommes et des femmes dans les émissions de divertissement. En effet, rappelons que la proportion de femmes a connu une augmentation de 15,18% dans cette catégorie générique entre 2011 et 2013, passant de 48,10% à 63,28%. Un cadrage méthodologique s'était alors imposé pour recontextualiser cette évolution : « À cet égard, il semble que l'émission *Profils* d'AB4 intervienne pour partie dans l'explication du phénomène. En effet, les jeunes femmes dont les annonces constituent la base du programme représentent 34% des intervenants encodés dans le genre du divertissement (soit 2986 intervenants). Si l'on exclut cette émission de la répartition des sexes par genre de programme, les femmes représentent 43,02% du genre divertissement, soit une proportion analogue à celle observée au cours du baromètre 2012.

En effet, on comptabilisait 42,93% d'intervenants de sexe féminin en 2012 et 48,10% en 2011 »¹⁶. En 2017, la disparition du sous-genre « télé-achat, call-TV » dans le corpus étudié (en lien avec la disparition de Liberty TV et le recul de ce sous-genre sur les chaînes de AB et du groupe RTL dans les heures encodées) a conduit à un rééquilibrage du genre divertissement comparativement aux résultats de 2013. Au vu de ce rééquilibrage, on observe que la proportion de femmes dans le divertissement a chuté. Elle est de 39,71% en 2017, soit un résultat qui se rapproche de celui de 2012 (et de 2013 lorsqu'on exclut l'émission *Profils*). Précisons que 39,71% est le résultat le plus bas que nous ayons enregistré depuis le début du Baromètre.

Des rééquilibrages entre la proportion de femmes dans le divertissement et les autres genres de programmes s'opèrent.

RÉPARTITION DES INTERVENANT.E.S PAR GENRE DANS LE DIVERTISSEMENT / 2011-2017



Si les femmes représentent 39,71% des intervenant.e.s des programmes de divertissement, on constate toutefois d'importantes disparités entre les sous-genres du divertissement. Les programmes « médias » sont ceux où elles sont les plus représentées : elles totalisent 51,09% des intervenant.e.s.

Elles représentent en outre 45,90% des individus encodés dans les vidéoclips, 39,60% dans les émissions musicales (variétés, concert), 38,10% dans les spectacles d'humour. Enfin, elles constituent seulement 32,80% des personnes mises en scène dans les jeux.

¹⁶ CONSEIL SUPÉRIEUR DE L'AUDIOVISUEL, *Baromètre Diversité-Egalité 2013*, p. 16.

1.3

GENRE ET RÔLE MÉDIATIQUE

L'encodage des intervenant.e.s par rôle comporte sept modalités : un.e intervenant.e peut être journaliste-animateur.trice, candidat.e à un jeu, porte-parole, expert.e, vox populi, figurant.e (individualisé.e ou non) ou encore personnage de fiction. Dans 734 cas, l'analyse du rôle ne s'est pas avérée pertinente pour l'analyse. Nous excluons ces cas des calculs à venir.

Procédons à une première lecture des données, en calculant le pourcentage par genre : comment se répartissent les rôles médiatiques selon le genre de l'intervenant.e ? On observe

que le rôle médiatique de figurant.e est celui qui concentre le plus grand nombre d'effectifs, quel que soit le genre de l'intervenant.e. Il rassemble 72,63% des hommes, 69,34% des femmes et 91,30% des personnes transgenres (soit 21 sur 23 dans ce dernier cas). Vient ensuite le rôle de vox populi qui totalise 9,28% des intervenants masculins et 11,55% des intervenantes féminines. Les femmes sont donc, proportionnellement à leur nombre, légèrement plus fréquemment représentées que les hommes dans ce rôle. C'est également le cas pour le rôle de journaliste – animateur.trice qui rassemble 10,04% des femmes et 6,93% des hommes.

Tableau 10. Répartition des rôles médiatiques selon le genre (2017)

	Hommes	Femmes	Personnes transgenres	Personnes travesties	Total général
Journaliste – animateur.trice	3.346 / 6,93%	2.550 / 10,04%	0 / 0%	0 / 0%	5.896 / 8,00%
Candidat.e à un jeu	130 / 0,27%	89 / 0,35%	0 / 0%	0 / 0%	219 / 0,30%
Porte-parole	2.311 / 4,78%	909 / 3,58%	0 / 0%	0 / 0%	3.220 / 4,37%
Expert.e	846 / 1,75%	219 / 0,86%	0 / 0%	0 / 0%	1.065 / 1,44%
Vox populi	4.484 / 9,28%	2.932 / 11,55%	1 / 4,35%	0 / 0%	7.417 / 10,06%
Figurant.e	35.088 / 72,63%	17.608 / 69,34%	21 / 91,30%	10 / 100%	52.727 / 71,51%
Personnage de fiction	2.103 / 4,35%	1.087 / 4,28%	1 / 4,34%	0 / 0%	3.191 / 4,33%
Total général	48.308 / 100,00%	25.394 / 100,00%	23 / 100,00%	10 / 100,00%	73.735 / 100,00%

Nous avons exclu les personnes dont on ne peut identifier le genre et les groupes comportant plusieurs genres ainsi que les intervenant.e.s dont l'identification du rôle ne s'est pas avérée pertinente, soit 9.226 unités.

Procédons ensuite à une seconde lecture des données, en calculant le pourcentage par rôle médiatique : comment se répartissent les genres par rôle médiatique ? Afin de conserver une comparabilité avec les données des trois éditions

précédentes du Baromètre, nous avons exclu les personnes dont on ne peut identifier le genre, les groupes comportant plusieurs genres mais aussi les personnes transgenres et travesties (qui totalisent 0,04% des effectifs).

Tableau 11. Répartition des genres par rôle médiatique (2017)

	Journaliste-animateur.trice	Candidat à un jeu	Porte-parole	Expert.e	Vox populi	Figurant.e	Personnage de fiction	Total général
Hommes	3.346 / 56,75%	130 / 59,36%	2.311 / 71,77%	846 / 79,44%	4.484 / 60,46%	35.088 / 66,59%	2.103 / 65,92%	48.308 / 65,55%
Femmes	2.550 / 43,25%	89 / 40,64%	909 / 28,23%	219 / 20,56%	2.932 / 39,54%	17.608 / 33,41%	1.087 / 34,08%	25.394 / 34,45%
Total général	5.896 / 100,00%	219 / 100,00%	3.220 / 100,00%	1.065 / 100,00%	7.416 / 100,00%	52.696 / 100,00%	3.190 / 100,00%	73.702 / 100,00%

Nous avons exclu les personnes dont on ne peut identifier le genre et les groupes comportant plusieurs genres, les personnes transgenres et travesties ainsi que les intervenant.e.s dont l'identification du rôle ne s'est pas avérée pertinente, soit 9.259 unités.

Tous les rôles médiatiques sont majoritairement masculins. Le rôle où les femmes sont les moins nombreuses est celui d'expert.e qui totalise 79,44% d'hommes pour 20,56% de femmes. Le rôle médiatique dans lequel les femmes sont les plus représentées est celui de journaliste – animateur.trice : 43,25% des personnes répertoriées dans ce rôle sont des femmes. Il est suivi du rôle de candidat.e à un jeu qui totalise 40,64% de femmes.

S'agissant des rôles discursifs (porte-parole, expert.e, vox populi), les résultats sont contrastés :

- Premièrement, nous constatons que les femmes sont, à nouveau, plus régulièrement représentées en tant que « vox populi » (39,54%) que comme porte-parole (28,23%) ou expertes (20,56%). Ainsi, elles apparaissent davantage dans le registre de l'affect, du « pathos » que du « logos ». Elles sont moins sollicitées pour leur discours critique, leur savoir que pour leur expérience personnelle, leur témoignage ou leur avis censé refléter la parole du citoyen ordinaire. La proportion de femmes dans le rôle de vox populi affiche par ailleurs une certaine constance au fil des Baromètres : 37,01% en 2011, 40,09% en 2012, 38,41% en 2013 et 39,54% en 2017. Il y a toutefois des disparités très importantes par groupe d'éditeurs : en 2017, 32,91% des intervenant.e.s endossant le rôle de vox populi sont des femmes sur les chaînes de la RTBF, 41,66% sur les télévisions locales et 47,09% sur les chaînes du groupe RTL.

- Deuxièmement, nous remarquons que la proportion de femmes dans les rôles discursifs socialement valorisés de porte-parole et d'expert.e a connu une augmentation depuis le dernier Baromètre. La proportion d'expertes est passée de 18,83% en 2013 à 20,56% (+1,73%). Et si l'on compare aux résultats de 2011, la proportion d'expertes a augmenté de 5,21%. Quant au rôle discursif de porte-parole, 28,23% des intervenants qui l'endossent sont des femmes en 2017, pour 23,21% en 2013 (soit une augmentation de 5,02%). Des évolutions sont donc observées à la marge.

En dépit de ces évolutions contrastées soulignons à nouveau que l'expertise critique, fondée sur une connaissance spécialisée, demeure à l'écran une prérogative masculine (79,44% d'hommes et 20,56% de femmes).

Focalisons-nous exclusivement sur les expert.e.s intervenant dans les programmes d'information. On note d'importantes disparités entre les sous-genres de programme. Les femmes expertes sont en effet 24,49% dans les journaux télévisés (109 sur 445) mais seulement 10,48% dans les magazines d'information (11 sur 105). Les effectifs des expert.e.s des émissions de débat sont en nombre trop faible (10 occurrences, dont 1 femme) pour en dégager des conclusions.

RÉPARTITION DES INTERVENANT.E.S PAR GENRE : RÔLE DE VOX POPULI / 2011-2017



RÉPARTITION DES INTERVENANT.E.S PAR GENRE : RÔLE D'EXPERT.E / 2011-2017

Hommes - Femmes



RÉPARTITION DES INTERVENANT.E.S PAR GENRE : RÔLE DE PORTE-PAROLE / 2011-2017

Hommes - Femmes



L'évolution la plus marquante concerne le rôle de candidat.e à un jeu. D'une part, les effectifs ont fortement chuté, en passant de 710 intervenant.e.s en 2013 à 219 en 2017. D'autre part, les proportions d'hommes et de femmes se sont inversées comparativement aux éditions précédentes. Dans le Baromètre 2013, les candidat.e.s à un jeu apparaissaient essentiellement sur les chaînes des groupes AB et RTL dans les émissions Allô Destin, Allô Tarot, Luna Park, Décrochez gagnez, Belgium's got talent, Septante et un, Un dîner presque parfait. 45% des candidat.e.s à un jeu (321 sur 710) figuraient alors dans des émissions de télé-achat, call-TV. La disparition de ce sous-genre explique la diminu-

tion de l'effectif global et conduit à une nouvelle répartition femmes/hommes. Rappelons en effet qu'à l'occasion du Baromètre 2013, 63,10% des intervenant.e.s de ce type de programme étaient des femmes. En 2017, les candidat.e.s à un jeu interviennent dans des émissions telles que l'Eurovision, le Septante et un, l'Amour est dans le pré, La mémoire des rues. Notons que sur les chaînes du groupe RTL, le rôle de candidat.e à un jeu s'inscrit toujours dans la tendance de 2013 : c'est le seul où les femmes sont majoritaires par rapport aux hommes (56,12% de femmes dans ce rôle).

RÉPARTITION DES INTERVENANT.E.S PAR GENRE : RÔLE DE CANDIDAT.E À UN JEU / 2011-2017

Hommes - Femmes



Enfin, le rôle médiatique dans lequel les femmes sont les plus représentées est celui de journaliste – animateur.trice¹⁷. En effet, 43,25% des personnes répertoriées dans ce rôle sont des femmes. C'est une augmentation de 3,45% depuis le Baromètre de 2013 et de 6,77% depuis celui de 2011. C'est un statu quo par rapport aux résultats de 2012. Précisons

concernant ce rôle que les chaînes de la RTBF sont au-dessus de la moyenne générale puisque 54,70% des personnes qui y ont été recensées dans ce rôle sont des femmes. Les chaînes de télévision locales sont quasiment dans la moyenne et les chaînes de RTL figurent un peu en dessous (40,52%).

RÉPARTITION DES INTERVENANT.E.S PAR GENRE : RÔLE DE JOURNALISTE-ANIMATEUR.TRICE / 2011-2017

Hommes - Femmes



¹⁷ Nous rappelons que le processus d'encodage qui précède à l'analyse repose sur la perception du.de la téléspectateur.trice, en l'occurrence sur son besoin de catégoriser pour appréhender le monde qui l'entoure. La définition de journaliste telle que nous la concevons ici renvoie donc à une identité attribuée par le.la téléspectateur.trice et non à une identité fondée sur des pratiques professionnelles, sur des bases légales ou institutionnelles.

Notre grille d'analyse distingue les intervenant.e.s selon qu'ils.elles sont journaliste-animateur.trice.s principaux ou second.e.s. Alors qu'en 2013 les journalistes-animateur.trice.s principaux totalisaient plus de femmes (51,09%) que d'hommes (48,91%), la tendance s'est inversée dans le présent Baromètre. En effet, la proportion de femmes dans le rôle de journaliste – animatrice principale est passée de 51,09% à

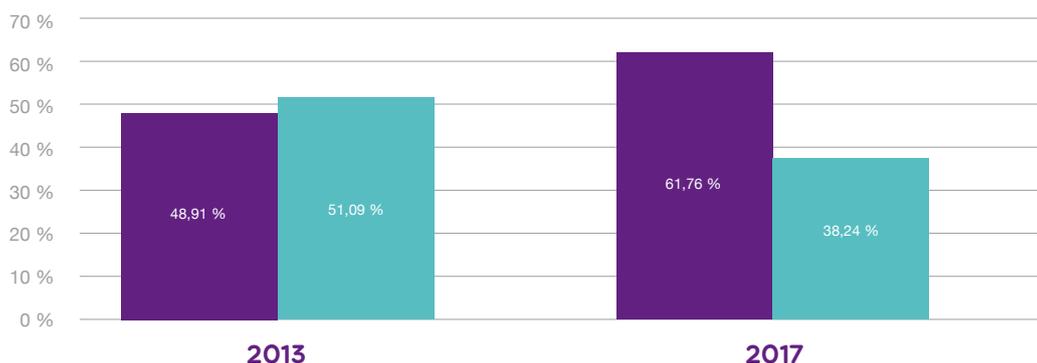
38,24%, soit une diminution de 12,85%. En revanche s'agissant du rôle de journaliste-animateur.trice second.e, la proportion de femmes a connu une augmentation de 10,53% depuis le dernier Baromètre : de 35,11% à 45,64%. Ainsi, si la proportion de femmes augmente dans le rôle de journaliste-animateur.trice, c'est davantage dans les rôles moins visibles qu'à l'avant-plan de la caméra.

Tableau 12. Répartition du rôle de journaliste – animateur.trice par genre (2017)

	Journaliste/animateur.trice principal.e	Journaliste/animateur.trice second.e	Total général
Hommes	1.176 / 61,76%	2.170 / 54,36%	3.346 / 56,75%
Femmes	728 / 38,24%	1.822 / 45,64%	2.550 / 43,25%
Total général	1.904 / 100,00%	3.992 / 100,00%	5.896 / 100,00%

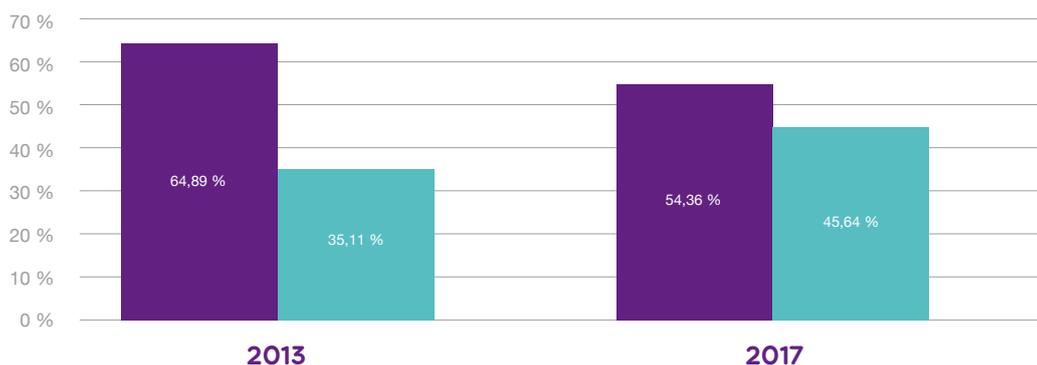
RÔLE DE JOURNALISTE ANIMATEUR.TRICE PRINCIPAL.E / 2013-2017

Hommes - Femmes



RÔLE DE JOURNALISTE ANIMATEUR.TRICE SECOND.E / 2013-2017

Hommes - Femmes



Par ailleurs, la catégorie de « journaliste-animateur.trice » renvoie à des réalités assez hétérogènes. Examiner de plus près la répartition des femmes journalistes-animateuses par sous-genre de programme permet de mieux circonscrire leur représentation à l'écran. Commençons avec les rôles de premier plan. 728 femmes apparaissent dans le rôle de journaliste-animateuse principale. En 2017, les deux sous-genres de programme qui rassemblent la majorité des effectifs sont le journal télévisé (21,98% des journalistes animateuses principales) et les programmes de lifestyle (20,88%). Ensuite, on observe autour de 10% des effectifs dans les magazines de société (11,81%), les magazines culturels (10,71%) mais aussi la météo (11,68%).

Les seuls programmes dans lesquels les femmes sont plus nombreuses dans les rôles principaux plutôt que secondaires appartiennent au genre des magazines et documentaires – y compris lorsqu'on exclut les magazines de lifestyle. Enfin, si 38,51% des femmes journalistes-animateuses figurent dans le journal télévisé, elles y sont nettement plus nombreuses à titre de journalistes secondes (45,12%) que principales (21,98%). Néanmoins, des évolutions s'opèrent.

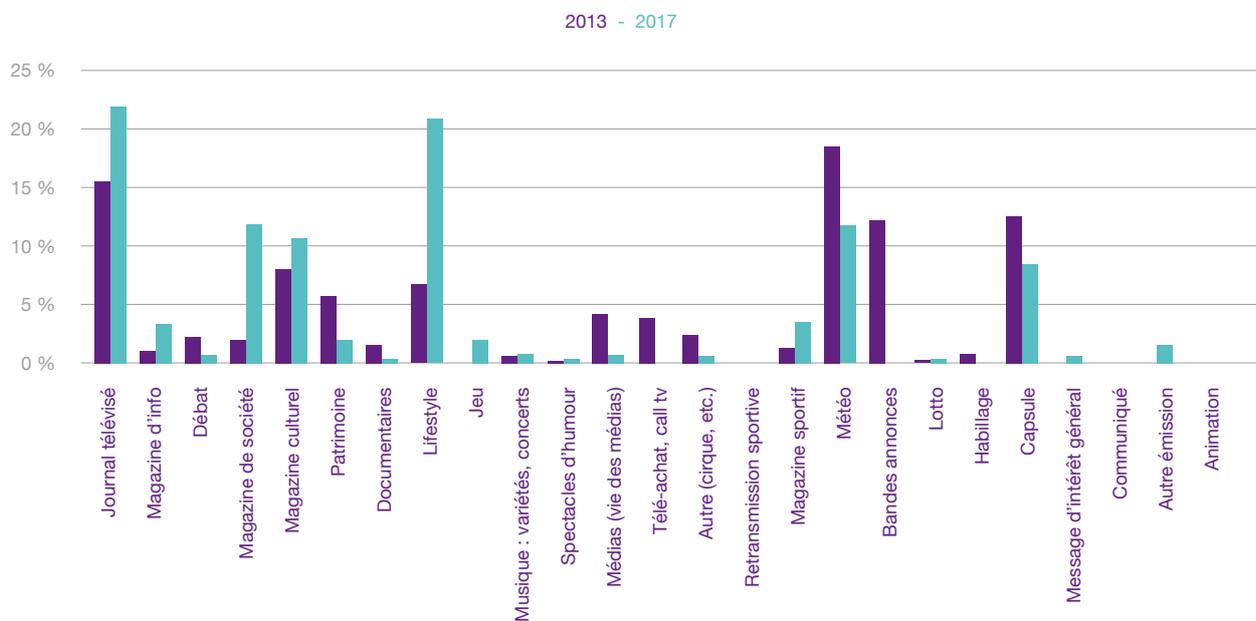
Tableau 13. Répartition des femmes journalistes-animateuses par sous-genre de programme (2017)

	Journaliste/ animatrice principale	Journaliste/ animatrice seconde	Total général
Animation	0 / 0,00%	1 / 0,05%	1 / 0,04%
Journal télévisé	160 / 21,98%	822 / 45,12%	982 / 38,51%
Magazine d'information	24 / 3,30%	91 / 4,99%	115 / 4,51%
Débat	5 / 0,69%	3 / 0,16%	8 / 0,31%
Magazine de société	86 / 11,81%	73 / 4,01%	159 / 6,24%
Patrimoine	14 / 1,92%	14 / 0,77%	28 / 1,10%
Magazine culturel	78 / 10,71%	23 / 1,26%	101 / 3,96%
Lifestyle	152 / 20,88%	125 / 6,86%	277 / 10,86%
Documentaire	3 / 0,41%	2 / 0,11%	5 / 0,20%
Jeu	14 / 1,92%	5 / 0,27%	19 / 0,75%
Musique : variétés, concerts	6 / 0,82%	9 / 0,49%	15 / 0,59%
Spectacle d'humour	2 / 0,27%	6 / 0,33%	8 / 0,31%
Médias (vie des médias)	5 / 0,69%	17 / 0,93%	22 / 0,86%
Autre (spectacle non-musical, cirque, etc.)	4 / 0,55%	22 / 1,21%	26 / 1,02%
Retransmission sportive	0 / 0,00%	3 / 0,16%	3 / 0,12%
Magazine sportif	11 / 3,51%	31 / 1,70%	42 / 1,65%
Message d'intérêt général	4 / 0,55%	0 / 0,00%	4 / 0,16%
Communiqué	0 / 0,00%	3 / 0,16%	3 / 0,12%
Météo	85 / 11,68%	7 / 0,38%	92 / 3,61%
Bande annonce	0 / 0,00%	336 / 18,44%	336 / 13,18%
Lotto	3 / 0,41%	1 / 0,05%	4 / 0,16%
Habillage	0 / 0,00%	188 / 10,32%	188 / 7,37%
Capsule	61 / 8,38%	38 / 2,09%	99 / 3,88%
Autre émission	11 / 1,51%	2 / 0,11	13 / 0,51%
Total général	728 / 100,00%	1.822 / 100,00%	2.550 / 100,00%

D'un point de vue diachronique, on remarque que de 2013 à 2017 la proportion de femmes journalistes-animatrices principales s'est recentrée vers les programmes d'information et les magazines-documentaires, aux dépens des programmes courts et du divertissement. Ceci est lié notamment aux reconfigurations dans la répartition des genres télévisuels au sein du corpus.

On note qu'en 2017, les femmes journalistes-animatrices principales se concentrent sur les journaux télévisés et les magazines de lifestyle tandis qu'en 2013 elles étaient davantage réparties entre les journaux télévisés, la météo et les programmes courts.

RÉPARTITION DES FEMMES JOURNALISTES-ANIMATRICES PRINCIPALES PAR SOUS-GENRE DE PROGRAMME / 2013-2017



Enfin, concentrons-nous exclusivement sur les genres de l'information et du divertissement, sans opérer de distinction entre le premier et le second plan. Comment évolue la proportion de femmes journalistes (dans l'information) et animatrices (dans le divertissement) de 2013 à 2017 ? En 2013, 38,19% des journalistes étaient des femmes pour

45,24% des animateur.trice.s. Les femmes étaient donc plus fréquemment associées à l'univers du divertissement. En 2017, la tendance s'inverse : 44,63% des journalistes sont des femmes pour 35,43% des animateur.trice.s. Elles sont donc davantage associées à l'univers informationnel.

- PARTIE 1 -
TENDANCES
GÉNÉRALES

2.0
L'ORIGINE

2.1

L'ORIGINE PERÇUE SUR L'ENSEMBLE DES PROGRAMMES

Rappelons que nous travaillons sur des indicateurs fondés sur les perceptions de sens commun¹⁸. Chacun d'entre nous utilise des catégories pour appréhender l'univers qui l'entoure. « *La fonction sans doute principale de la catégorisation est de mettre de l'ordre dans l'environnement et de lui donner du sens. En effet, de même que nous mettons en relation les objets ou informations, les catégories n'existent pas indépendamment les unes des autres dans notre esprit. Nos catégories utilisent notre connaissance de l'univers et nous permettent d'aller plus loin que le simple fatras d'informations auquel nous sommes confrontés* »¹⁹. Les individus organisent leur connaissance au sujet de la personnalité d'autrui sur la base de « théories implicites » qui se construisent à partir de l'expérience vécue et de la culture ambiante. « *Le fait que ces théories soient implicites ne signifie nullement qu'elles sont inconscientes, mais plutôt que leurs détenteurs ne savent pas les exprimer de manière formelle et qu'elles n'ont aucun critère objectif de validité* »²⁰. L'indexation des intervenant.e.s sur la base de l'origine à laquelle nous procédons dans l'analyse prend appui sur ce processus de catégorisation implicite et ne se fonde en aucun cas sur un processus d'objectivation ou de recherche de la vérité. Nous procédons par appréhension de marqueurs immédiatement perceptibles (par ex. apparence physique, accent, mention éventuelle d'un nom à consonance « étrangère ») pour nous fonder une représentation immédiate d'autrui. Nous ne visons donc pas dans notre analyse la substance des individus mais bien la construction sociale de l'altérité via des mécanismes de catégorisation.

Dès lors, nous avons catégorisé les différent.e.s intervenant.e.s en fonction de leur origine perçue, c'est-à-dire en nous basant sur des marqueurs ethno-raciaux jugés les plus répandus dans la population. Ces marqueurs relèvent du sens commun supposé du grand public et s'appuient sur les traits physiques des personnages apparaissant à l'antenne, la consonance de leurs noms ou prénoms ou d'autres indices recueillis dans les commentaires ou par auto-désignation (par ex. mention écrite ou orale de l'origine).

Sur les 82.961 intervenant.e.s encodé.e.s, l'origine n'a pas pu être déterminée pour 13.879 d'entre eux, soit 16,73%. Les données que nous présentons dans cette section font abstraction de ces intervenant.e.s. En outre, parmi les individus dont l'origine a pu être déterminée, nous excluons de cette section les groupes multiculturels afin de prendre exclusivement en considération les intervenant.e.s qui apparaissent à titre individuel. Par groupe multiculturel, nous entendons des groupes de plus de trois personnes qui comptent à la fois des personnes perçues comme blanches et des personnes perçues comme étant issues de la diversité. Nous travaillons

donc sur un total de 66.722 intervenant.e.s. Ces recadrages méthodologiques sont nécessaires pour maintenir une continuité dans la comparaison des données au fil des différentes éditions du Baromètre.

L'origine perçue des 66.722 intervenant.e.s se répartit comme suit :

- 57.122 sont perçu.e.s comme blanc.he.s, soit 85,61% ;
- 3.473 sont perçu.e.s comme noir.e.s, soit 5,21% ;
- 2.250 sont perçu.e.s comme arabes, soit 3,37% ;
- 789 sont perçu.e.s comme métis.ses, soit 1,18% ;
- 544 sont perçu.e.s comme asiatiques, soit 0,82% ;
- 531 sont perçu.e.s comme européen.ne de l'est, soit 0,80% ;
- 162 sont perçu.e.s comme turc.que.s, soit 0,24% ;
- 82 sont perçu.e.s comme Rrom²¹, soit 0,12% ;
- 1.769 sont perçu.e.s comme relevant d'une autre origine, soit 2,65%.

Les intervenant.e.s perçu.e.s comme étant issu.e.s de la diversité représentent donc 14,39% des individus encodés. Il s'agit d'une diminution de 2,59% par rapport au Baromètre de 2013 (16,98%). Le résultat se rapproche en revanche de celui du Baromètre 2012 (13,96%).

Tableau 14. Origine perçue

	Effectifs	%
Perçu.e comme blanc.he	57.122	85,61%
Perçu.e comme noir.e	3.473	5,21%
Perçu.e comme arabe	2.250	3,37%
Perçu.e comme asiatique	544	0,82%
Perçu.e comme turc.que	162	0,24%
Perçu.e comme métis.se	789	1,18%
Perçu.e comme européen.ne de l'est	531	0,80%
Perçu.e comme Rrom	82	0,12%
Perçu.e comme Autre origine	1.769	2,65%
Total	66.722	100,00%

Nous avons exclu les individus dont on ne peut identifier l'origine ainsi que les groupes multiculturels, soit 16.239 unités.

PERÇU.E COMME ISSU.E DE LA DIVERSITÉ : 14,39%

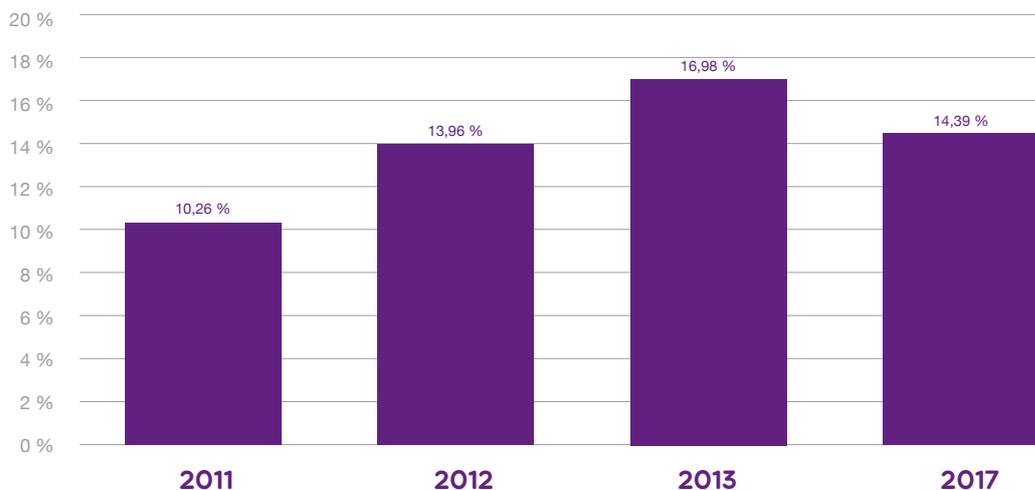
¹⁸ Voyez les Baromètres de la diversité et de l'égalité dans les médias audiovisuels de la Fédération Wallonie-Bruxelles, 2011 à 2013, op. cit.

¹⁹ LEYENS, J.-P., YZERBYT, V., *Psychologie sociale*, op. cit., p. 39.

²⁰ *Idem*, p. 41.

²¹ Sur la dénomination « Rrom » (ou « Rromani ») voyez la section « Cadrage méthodologique ».

INTERVENANT.E.S PERÇU.E.S COMME ISSU.E.S DE LA DIVERSITÉ / 2011-2017



En 2012 et 2013, nous relevons des particularités liées à la période comprise dans l'échantillon. En 2012, il s'agissait de l'actualité dans les pays arabes et des championnats du monde d'athlétisme. En 2013, nous avons pointé une actualité abondante liée aux réactions dans le monde arabe suite au film « L'Innocence des musulmans ». En 2017, l'actualité de la semaine encodée est marquée notamment par les sujets suivants : le « Kazakgate », le procès dit des « Princesses saoudiennes » du Conrad à Bruxelles, l'investiture d'Emmanuel Macron et la formation du gouvernement, les relations entre Trump et le chef du FBI, la préparation de la visite du siège de l'OTAN par Trump, l'ancien Président du Brésil « Lula » face à la justice, les affrontements entre partisans et opposants au Président Maduro au Venezuela, les tirs de missile de la Corée du nord et une cyberattaque. Le 17 mai, dernier jour du corpus encodé, se tient la journée mondiale contre l'homophobie et la transphobie ainsi que l'ouverture du festival de Cannes. Enfin, la crise des migrants traverse le corpus 2017. La programmation comporte, quant à elle, l'Eurovision, le concours Reine Elizabeth et un volume conséquent de matchs de football (augmentation du volume d'intervenant.e.s sur Proximus).

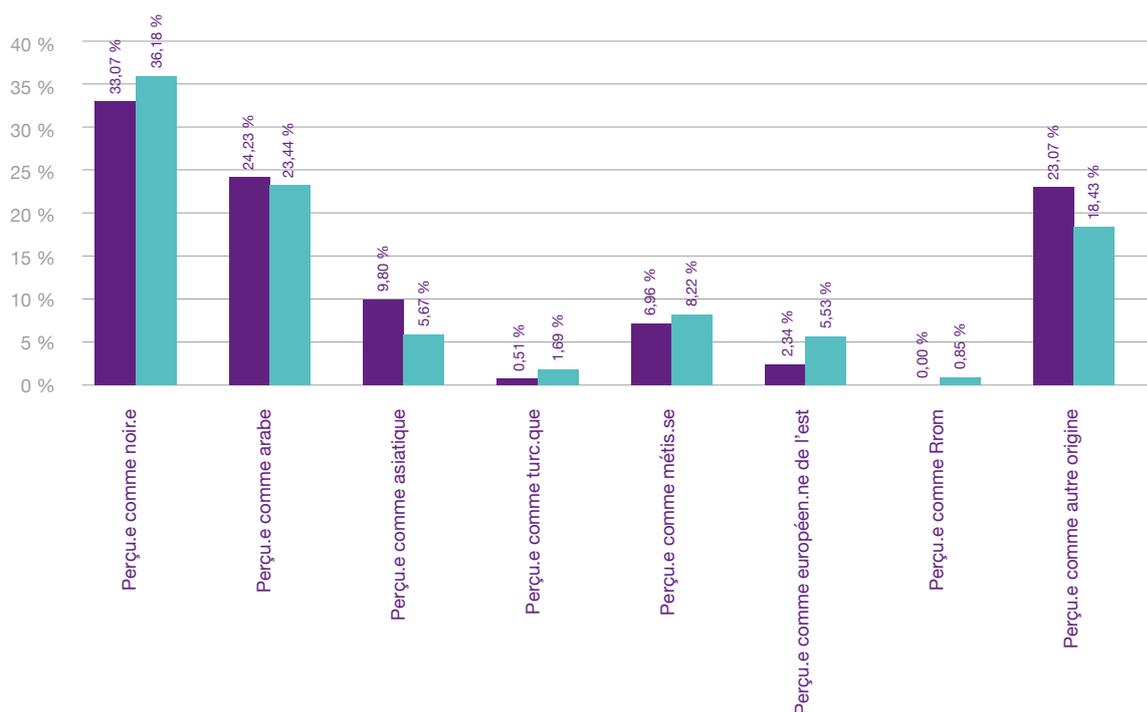
Aux fins de la comparaison avec les trois éditions précédentes du Baromètre, étudions la répartition des 9600 intervenant.e.s perçu.e.s comme issu.e.s de la diversité (9600 = 100%). On observe que ce sont les personnes perçues comme noires qui sont les plus fréquemment représentées. Elles représentent 3473 personnes sur 9600 (soit 36,18%). Cette proportion est légèrement supérieure à celle observée en 2013 (33,07%). Les intervenant.e.s perçu.e.s comme arabes représentent 2250 personnes sur 9600, soit 23,44%. C'est une proportion qui ne diffère que très légèrement par rapport au précédent Baromètre (-0,79%). Les autres origines sont moins fréquemment représentées à l'écran.

Parmi les autres variations 2013-2017 dans la représentation de la diversité, on mentionnera que les personnes perçues comme asiatiques ont connu une diminution d'un peu plus de 4% (de 9,80% à 5,67%). Il en va de même pour les intervenant.e.s perçu.e.s comme relevant d'une « autre origine » (de 23,07% à 18,43%). En 2013, nous soulignons que ce marqueur de perception rassemblait essentiellement des personnes perçues comme « hispaniques » en raison d'une actualité internationale braquée sur l'Espagne : crise économique, indépendance de la Catalogne, clubs de foots de la Champion's league. Nous formulons le même constat en 2017 en raison, notamment, de l'actualité en Amérique latine et des clubs de foot espagnols en Champion's league. Enfin, la proportion d'intervenant.e.s perçu.e.s comme européen.ne de l'est a augmenté de 3,19% dans le Baromètre 2017. Les concours Eurovision et Reine Elizabeth participent à cet accroissement. Précisons qu'en 2017, nous avons ajouté le marqueur de perception « perçu.e comme Rom » à la grille d'analyse. Ces intervenant.e.s avaient été encodé.e.s « perçu.e.s comme européen.ne de l'est » à l'occasion des trois précédents Baromètres. Ensemble, ces deux catégories perceptives totalisent 6,39% des 9600 intervenant.e.s issu.e.s de la diversité dans le présent Baromètre.

Ainsi, parmi les différentes origines perçues recensées, ce sont les personnes perçues comme européennes de l'est, noires, et métisses qui sont légèrement plus représentées dans le présent Baromètre. L'augmentation des programmes de sport, mais aussi les concours Eurovision de la chanson et Reine Elizabeth contribuent à ces changements.

RÉPARTITION DES INTERVENANT.E.S PERÇU.E.S COMME ISSU.E.S DE LA DIVERSITÉ / 2013-2017

2013 - 2017



2.2

ORIGINE ET TYPES DE PROGRAMME

Si on observe pour chaque type/genre de programme la distribution des origines perçues, on note que les intervenant.e.s perçue.s comme blanc.he.s sont largement majoritaires dans chaque catégorie générique. La catégorie qui laisse le plus de place à la diversité est le sport : 22% des individus encodés sont perçus comme issus de la diversité. C'est une tendance qui se confirme au fil des Baromètres. Ainsi comme nous le précisions en 2013 : « d'année en année la propension des programmes sportifs à être de tous les genres, ceux comportant la proportion la plus élevée d'intervenants relevant du marqueur de perception "non blanc" est

une constante ». En revanche, l'information et les magazines-documentaires font partie des types de programmes dans lesquels il y a le moins de diversité des origines. En effet, dans l'information, les intervenant.e.s issu.e.s de la diversité représentent 11,31% du total des individus encodés. C'est 3% de moins que la moyenne des programmes. Dans les magazines et documentaires, cette proportion est de 12,25%. Dans le divertissement et la fiction les intervenant.e.s issu.e.s de la diversité représentent 15,66% et 17,11% des individus encodés.

Tableau 15. Répartition de l'origine perçue par type de programme (2017)

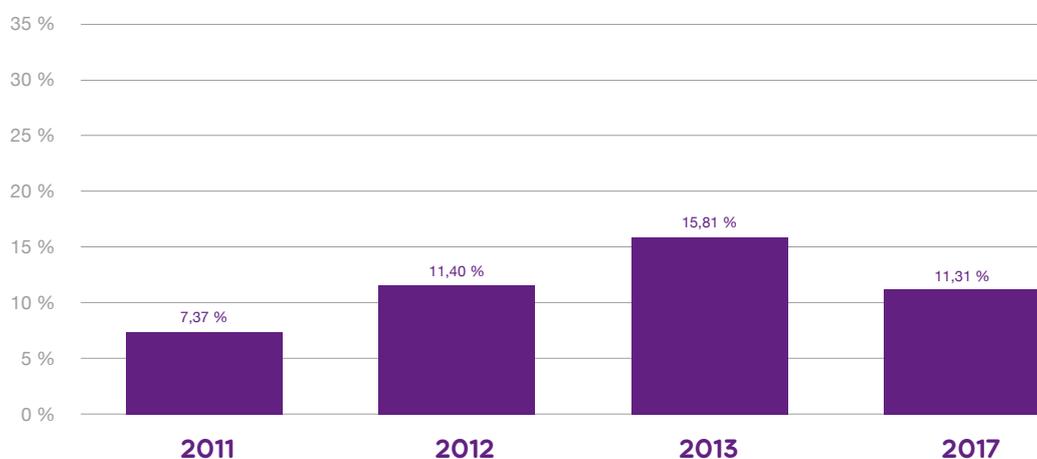
	Fiction	Information	Magazine-Documentaire	Divertissement	Sport	Programmes courts	Autre émission	Total général
Perçue.e. comme « blanc.he »	683 / 82,89%	21.173 / 88,69%	16.439 / 87,75%	2.633 / 84,34%	7.224 / 78,00%	8.085 / 81,30%	885 / 91,90%	57.122 / 85,61%
Perçue.e. comme issu.e de la diversité	141 / 17,11%	2.700 / 11,31%	2.295 / 12,25%	489 / 15,66%	2.037 / 22,00%	1.860 / 18,70%	78 / 8,10%	9.600 / 14,39%
Total général	824 / 100,00%	23.873 / 100,00%	18.734 / 100,00%	3.122 / 100,00%	9.261 / 100,00%	9.945 / 100,00%	963 / 100,00%	66.722 / 100,00%

Nous avons exclu les individus dont on ne peut identifier l'origine ainsi que les groupes multiculturels, soit 16.239 unités.

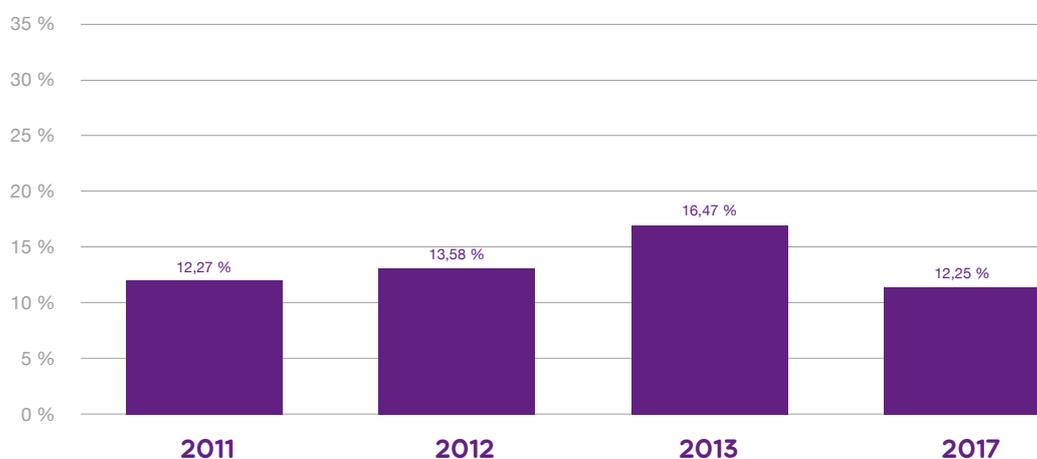
Penchons-nous sur la représentation des intervenant.e.s perçu.e.s comme issu.e.s de la diversité au fil du temps dans les différents genres/types de programme. L'analyse diachronique montre que la représentation de la diversité a chuté dans tous les genres de programme, à l'exception du divertissement qui est stable depuis 2013 et des programmes courts qui présentent une augmentation graduelle de la di-

versité. Ainsi, de 2013 à 2017, la présence d'intervenant.e.s perçu.e.s comme issu.e.s de la diversité a reculé de 6,98% dans la fiction, 4,50% dans l'information, 4,22% dans les magazines et documentaires et 3,27% dans le sport, et ce en dépit de l'augmentation du nombre total d'intervenant.e.s dans tous ces genres respectifs.

INTERVENANT.E.S PERÇU.E.S COMME ISSU.E.S DE LA DIVERSITÉ DANS L'INFORMATION / 2011-2017



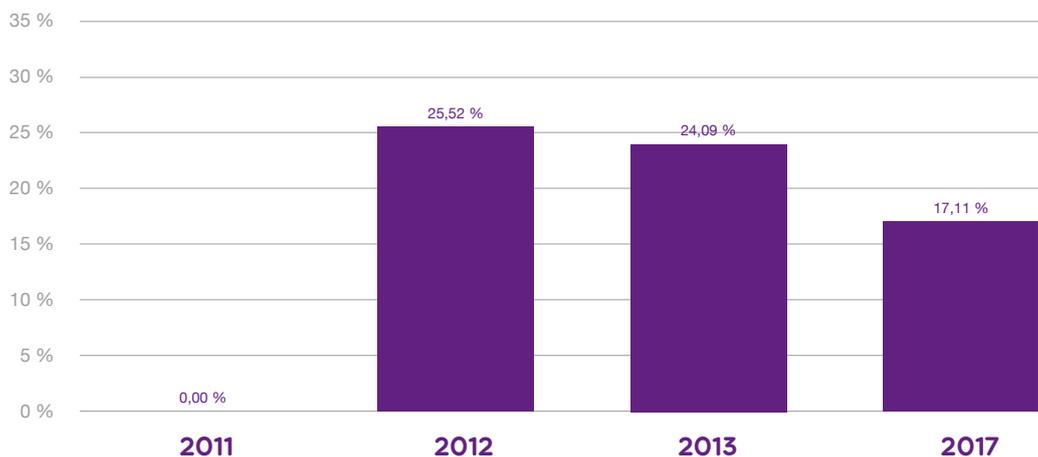
INTERVENANT.E.S PERÇU.E.S COMME ISSU.E.S DE LA DIVERSITÉ DANS LES MAGAZINES - DOCUMENTAIRES / 2011-2017



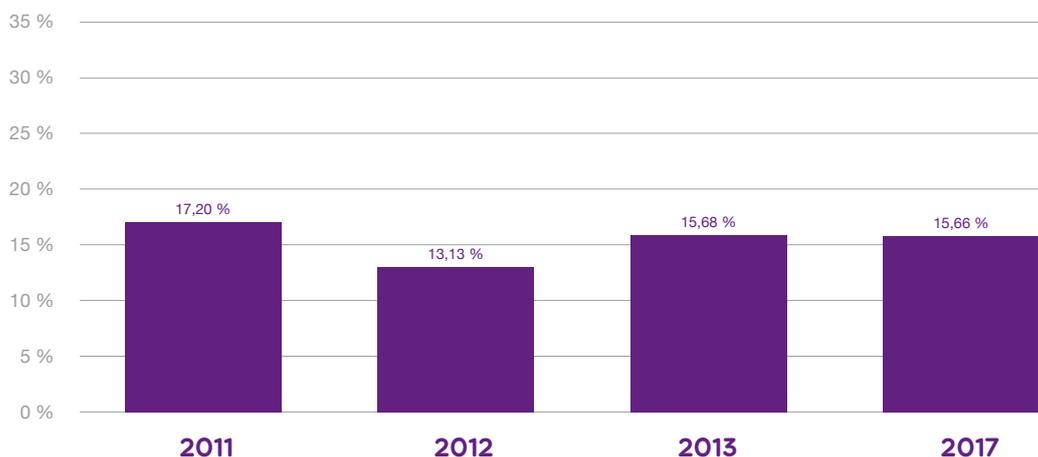
Revenons sur l'information et le divertissement. S'agissant de l'information, une actualité internationale largement braquée sur la France et les États-Unis ainsi qu'une augmentation de l'information de portée locale, qui laisse un peu moins de place à la diversité, peuvent expliquer la diminution de la diversité des origines dans les programmes d'information. Nous y reviendrons. Concernant le divertissement, rappelons que le corpus comporte l'Eurovision, ce qui a contribué à augmenter la diversité des origines dans ce genre de programme. En effet, nous avons observé 15,66% d'intervenant.e.s perçu.e.s comme issu.e.s de la diversité dans le divertisse-

ment (489 sur 3.122). L'Eurovision rassemble 61,35% de ces individus (300 sur 489). Dès lors, si l'on filtre l'Eurovision, le genre du divertissement recense 7,46% d'intervenant.e.s perçu.e.s comme issu.e.s de la diversité. Sans l'Eurovision, le divertissement est le genre de programme qui laisse le moins de place à la diversité des origines. En 2013, ce sont les émissions *Club vacances* (Liberty TV), *Star News* (Star TV) et les annonces de rencontres *Profils* (AB4) qui rassemblaient l'essentiel des intervenant.e.s perçu.e.s comme issu.e.s de la diversité dans le divertissement.

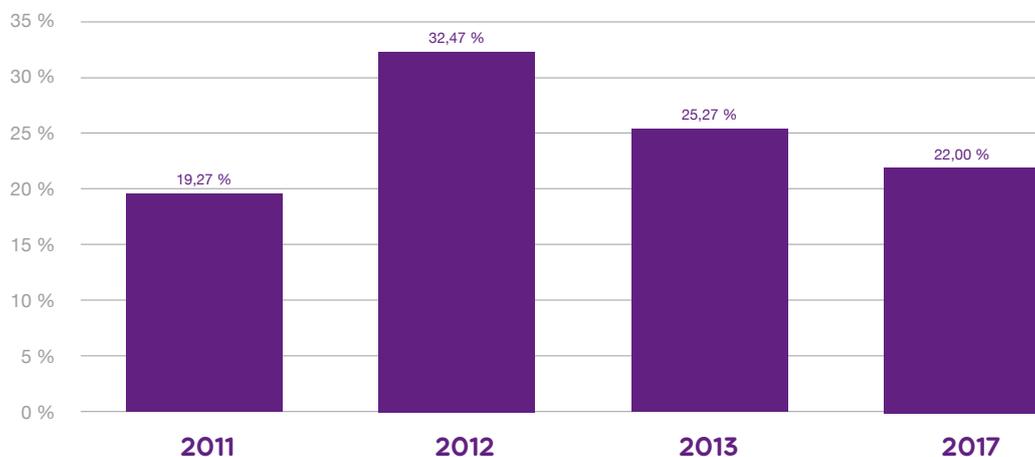
INTERVENANT.E.S PERÇU.E.S COMME ISSU.E.S DE LA DIVERSITÉ DANS LA FICTION / 2011-2017



INTERVENANT.E.S PERÇU.E.S COMME ISSU.E.S DE LA DIVERSITÉ DANS LE DIVERTISSEMENT / 2011-2017



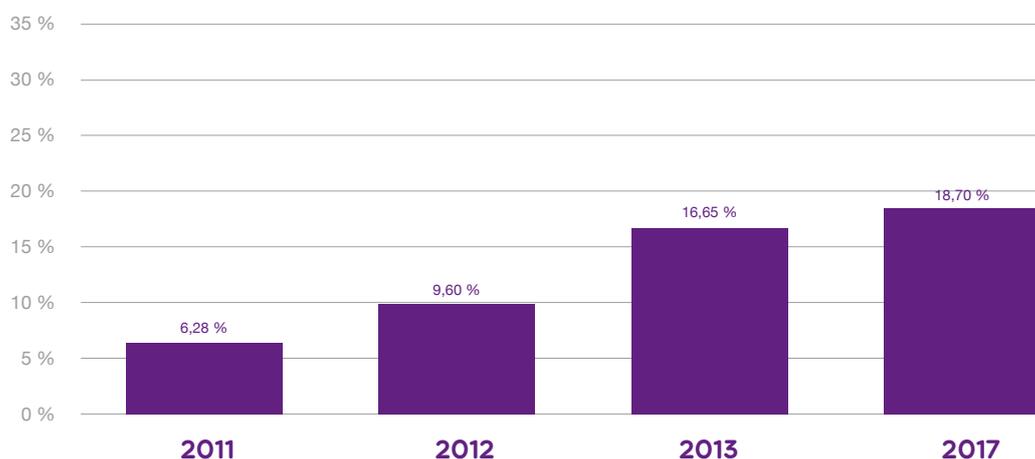
INTERVENANT.E.S PERÇU.E.S COMME ISSU.E.S DE LA DIVERSITÉ DIVERSITÉ DANS LE SPORT / 2011-2017



S'agissant des programmes courts, ceux-ci affichent une augmentation graduelle de la diversité : de 6,28% des intervenant.e.s en 2011 à 18,70% en 2017. Les programmes courts constituent une catégorie générique très hétérogène qui comporte : lotto, bandes annonces, habillages de chaînes, capsules, communiqués... Parmi tous ces sous-genres, celui

qui concentre l'effectif le plus élevé de personnes issues de la diversité est l'habillage de chaîne. Il s'agit en l'occurrence d'un lieu stratégique où l'éditeur profile son identité. Ainsi, sur 5289 intervenant.e.s recensé.e.s dans des habillages, 1387 (soit 26,22%) sont issu.e.s de la diversité. C'est un constat que nous formulions déjà précédemment.

INTERVENANT.E.S PERÇU.E.S COMME ISSU.E.S DE LA DIVERSITÉ DIVERSITÉ DANS LES PROGRAMMES COURTS / 2011-2017



2.3

ORIGINE ET RÔLE MÉDIATIQUE

Analysons pour chaque rôle médiatique, la répartition des intervenant.e.s selon leur origine perçue. Rappelons que nous avons exclu les intervenant.e.s pour lequel.le.s l'origine n'a pas pu être déterminée et ceux.celles qui apparaissent au sein de groupes multiculturels.

Tableau 16. Répartition de l'origine perçue par rôle médiatique (2017)

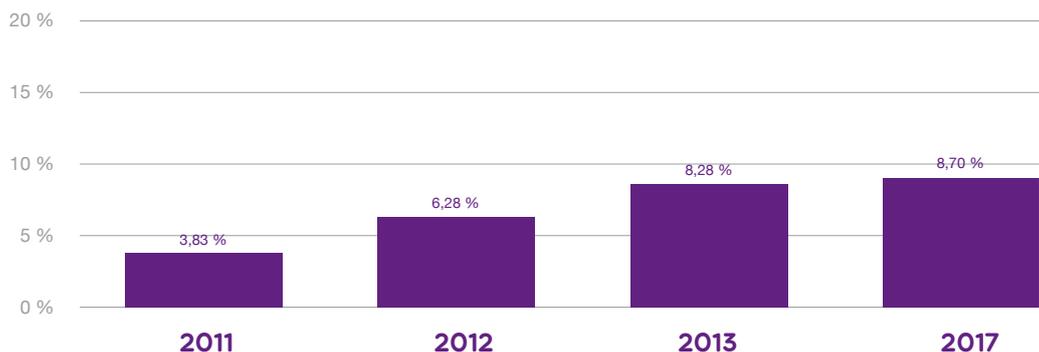
	Journaliste- animateur. trice	Candidat.e à un jeu	Porte-parole	Expert.e	Vox populi	Figurant.e	Personnage de fiction	Total général
Perçu.e. comme « blanc.he »	2.549 / 96,22%	179 / 81,74%	2.918 / 91,30%	977 / 92,26%	6.372 / 86,82%	41.526 / 84,63%	2.481 / 82,26%	57.002 / 85,66%
Perçu.e comme issu.e de la diversité	100 / 3,78%	40 / 18,26%	278 / 8,70%	82 / 7,74%	967 / 13,18%	7.540 / 15,37%	535 / 17,74%	9.542 / 14,34%
Total général	2.649 / 100,00%	219 / 100,00%	3.196 / 100,00%	1.059 / 100,00%	7.339 / 100,00%	49.066 / 100,00%	3.016 / 100,00%	66.544 / 100,00%

Nous avons exclu les individus dont on ne peut identifier l'origine, les groupes multiculturels, ainsi que ceux pour lesquels l'identification du rôle médiatique ne s'est pas avérée pertinente.

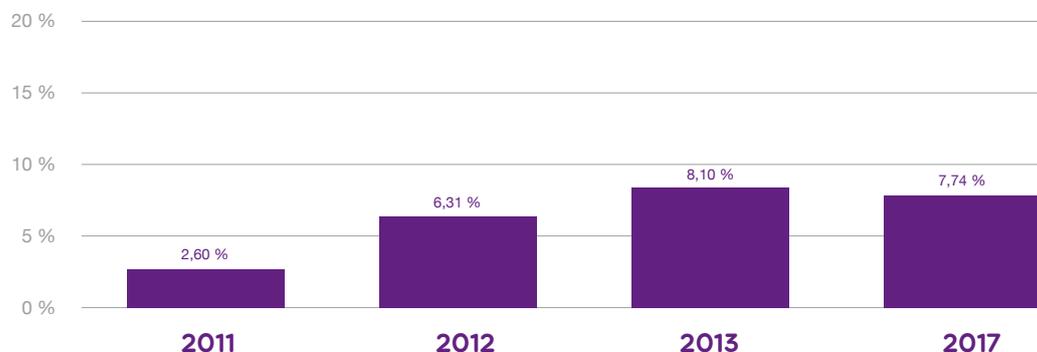
Parmi les différents rôles qu'un individu peut endosser au sein d'un programme télévisé, on note que les rôles les plus « prestigieux » (tels que journaliste/animateur.trice, porte-parole, expert.e) sont ceux où la proportion d'intervenant.e.s perçu.e.s comme issu.e.s de la diversité est la plus faible : elle est inférieure à 10% dans les trois cas. Ainsi, 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, les intervenant.e.s issu.e.s de la diversité sont les moins nombreux.euses. Notons que cette observation est une constante au fil des Baromètres. Des évolutions contrastées sont toutefois observables. S'agissant des rôles discursifs, on pointera trois éléments.

Tout d'abord, la présence de personnes perçues comme issues de la diversité connaît une légère mais constante progression depuis 2011 dans le rôle de porte-parole : 3,83% en 2011, 6,28% en 2012, 8,28% en 2013 et 8,70% en 2017. Cette progression est toutefois contrebalancée par une légère diminution de la diversité des origines dans le rôle d'expert.e. Après une progression continue de 2011 à 2013, la proportion d'intervenant.e.s issu.e.s de la diversité est en léger recul dans ce rôle discursif : 7,74% en 2017 au lieu de 8,10% en 2013 (-0,36%).

INTERVENANT.E.S PERÇU.E.S COMME ISSU.E.S DE LA DIVERSITÉ : RÔLE DE PORTE-PAROLE / 2011-2017



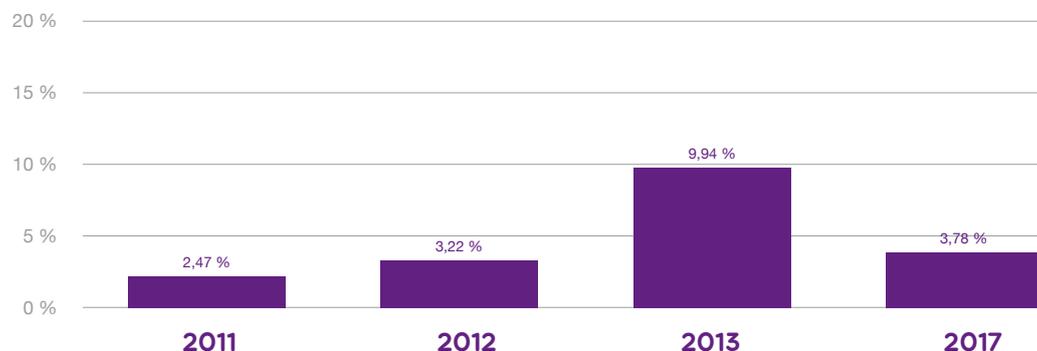
INTERVENANT.E.S PERÇU.E.S COMME ISSU.E.S DE LA DIVERSITÉ : RÔLE D'EXPERT.E / 2011-2017



Ensuite, en 2017 le rôle de journaliste-animateur.trice est celui dans lequel il y a le moins de diversité des origines : 3,78% des individus répertoriés dans ce rôle sont issus de la diversité. C'est une chute de 6,16% depuis le Baromètre 2013. Le contraste est d'autant plus marquant que les résultats connaissent une progression graduelle de 2011 à 2013 :

de 2,47% à 9,94%. Rappelons toutefois une donnée contextuelle : en 2013 l'augmentation du nombre d'intervenant.e.s « vus comme non blancs » était principalement due aux chaînes Star TV et Voo Foot. Or, elles ne font désormais plus partie du corpus. Sans ces deux chaînes, les résultats de 2017 se rapprochent de ceux du Baromètre 2012.

INTERVENANT.E.S PERÇU.E.S COMME ISSU.E.S DE LA DIVERSITÉ : RÔLE DE JOURNALISTE-ANIMATEUR.TRICE / 2011-2017



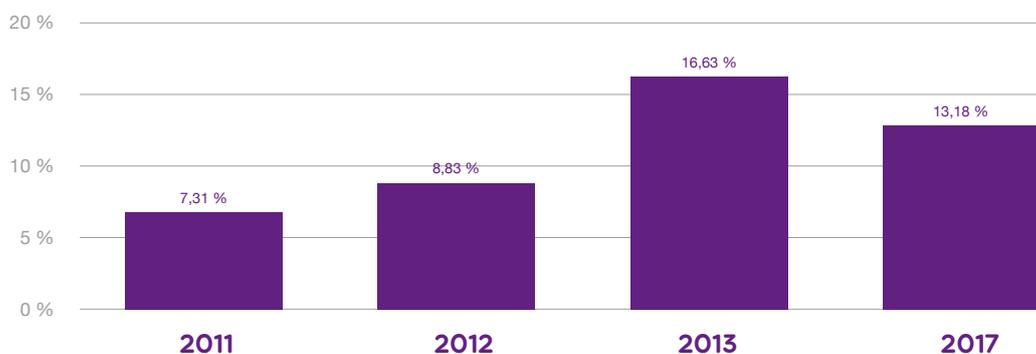
Enfin, les intervenant.e.s perçu.e.s comme issu.e.s de la diversité sont davantage représenté.e.s dans le registre du pathos, de l'affect, de l'exemplification vécue ou de la parole authentique de l'homme ordinaire que du discours critique ou d'opinion. En effet, le rôle de vox populi comporte 13,18% de personnes issues de la diversité.

On soulignera que le rôle de figurant.e fait partie des rôles médiatiques où les personnes issues de la diversité sont les plus présentes : 15,37%. Il s'agit donc d'un rôle de second plan. Si l'on détaille les modalités du rôle de figurant.e, on

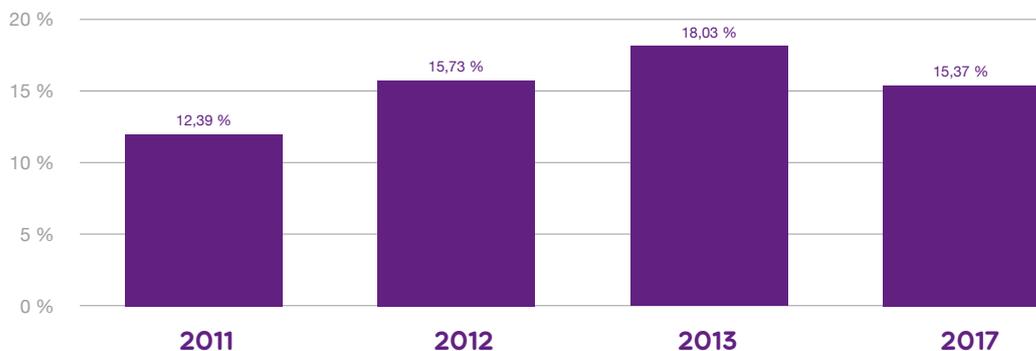
constate de forte disparités. En effet, on recense 32,94% de personnes issues de la diversité dans le rôle de figurant.e sportif.ve mais 12,29% en tant que figurant.e individualisé.e et 13,18% en tant que figurant.e non individualisé.e (foules, groupes de plus de 3 personnes).

La présence des personnes issues de la diversité dans les rôles de vox populi et de figurant.e est une tendance que nous avons déjà observée précédemment. Les chiffres sont toutefois moindres qu'à l'occasion du Baromètre 2013.

INTERVENANT.E.S PERÇU.E.S COMME ISSU.E.S DE LA DIVERSITÉ : RÔLE DE VOX POPULI / 2011-2017



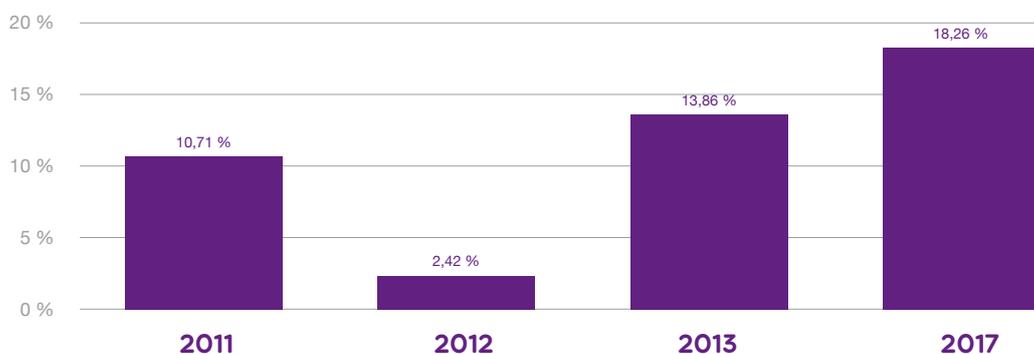
INTERVENANT.E.S PERÇU.E.S COMME ISSU.E.S DE LA DIVERSITÉ : RÔLE DE FIGURANT.E / 2011-2017



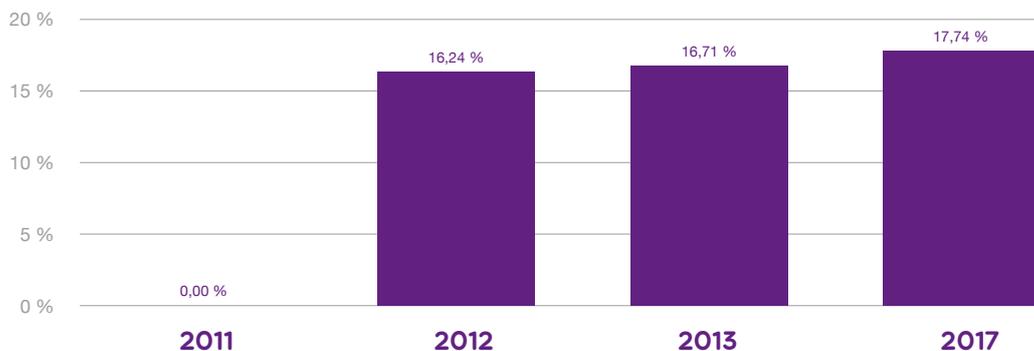
Outre le sport, les rôles médiatiques dans lesquels les personnes issues de la diversité sont les plus nombreuses relèvent de l'univers ludique et de la fiction. Ainsi, 18,26% des candidat.e.s à un jeu et 17,74% des personnages de fiction sont issu.e.s de la diversité. Le rôle de personnage de fiction est assez stable au fil du temps (+ 1,5% depuis 2012). Celui de candidat.e à un jeu connaît une progression de 4,40%

depuis le dernier Baromètre. Une précision méthodologique s'impose à cet égard. C'est en effet en tant que candidat.e à un jeu que la plupart des intervenant.e.s de l'Eurovision ont été encodés, ce qui a pu accroître la diversité dans ce rôle médiatique. Si l'on filtre l'Eurovision, la proportion de personnes perçue.e.s comme issu.e.s de la diversité dans le rôle de candidat.e à un jeu passe de 18,26% à 5,13%.

INTERVENANT.E.S PERÇU.E.S COMME ISSU.E.S DE LA DIVERSITÉ : RÔLE DE CANDIDAT.E À UN JEU / 2011-2017



INTERVENANT.E.S PERÇU.E.S COMME ISSU.E.S DE LA DIVERSITÉ : RÔLE DE PERSONNAGE DE FICTION / 2011-2017



Revenons sur les personnages de fiction. Nous avons recatégorisé les 3.016 personnages de fiction en sous-catégories selon leur importance dans le récit. L'importance du personnage a été évaluée selon sa fréquence d'apparition, le nombre de ses attributs ou encore son rôle dans la progression de l'intrigue. Ainsi, nous avons distingué les personnages principaux, secondaires (récurrents, sporadiques), les figurants individualisés (qui se détachent par le son ou l'image) et non individualisés. Comparons la distribution de ces rôles selon l'origine perçue du personnage. Tant les per-

sonnages perçus comme blancs que ceux issus de la diversité se concentrent dans le rôle de figurant individualisé, qui rassemble de manière générale les effectifs les plus élevés. Toutefois, 69,72% des individus perçus comme étant issus de la diversité endossent ce rôle de figurant pour 58% des individus perçus comme blancs, soit un écart de 11% dans ce rôle fictionnel d'arrière-plan. Les individus perçus comme blancs se concentrent aussi un peu plus fréquemment sur les rôles de personnage principal (10,84% vs 8,97%) et de personnage secondaire (11,57% vs 6,54%).

Tableau 17. Répartition des différents rôles de personnage de fiction selon l'origine perçue (2017)

	Perçu.e comme « blanc.he »	Perçu.e comme issu.e de la diversité	Total général
Personnage principal	269 / 10,84%	48 / 8,97%	317 / 10,51%
Personnage secondaire	287 / 11,57%	35 / 6,54%	322 / 10,68%
Figurant.e individualisé.e	1.439 / 58,00%	373 / 69,72%	1.812 / 60,08%
Figurant.e non individualisé.e	486 / 19,59%	79 / 14,77%	565 / 18,73%
Total général	2.481 / 100,00%	535 / 100,00%	3.016 / 100,00%

Nous avons exclu les individus dont on ne peut identifier l'origine ainsi que les groupes multiculturels.

Pour conclure cette section, revenons sur le rôle de journaliste-animateur.trice. Comme nous l'avons mentionné, le rôle de journaliste-animateur.trice est celui dans lequel il y a le moins de diversité des origines en 2017 : 3,78% des individus répertoriés dans ce rôle sont issus de la diversité. C'est

une chute de 6,16% depuis le Baromètre 2013. Notre grille d'analyse distingue les intervenant.e.s selon qu'ils.elles sont journalistes-animateur.trice.s principaux.ales ou second.e.s. Ainsi posons-nous la question de savoir si la diversité est représentée dans les rôles de premier ou de second plan ?

Tableau 18. Répartition de l'origine perçue par rôle de journaliste-animateur.trice (2017)

	Journaliste/animateur.trice principal.e	Journaliste/animateur.trice second.e	Total général
Perçu.e comme « blanc.he »	1.352 / 97,55%	1.197 / 94,77%	2.549 / 96,22%
Perçu.e comme issu.e de la diversité	34 / 2,45%	66 / 5,23%	100 / 3,78%
Total général	1.386 / 100,00%	1.263 / 100,00%	2.649 / 100,00%

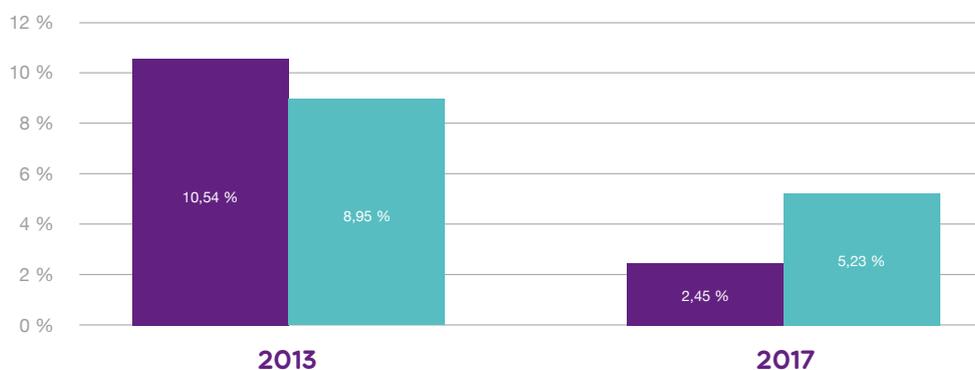
Nous avons exclu les individus dont on ne peut identifier l'origine ainsi que les groupes multiculturels.

L'analyse de la répartition des intervenant.e.s pour chaque sous-rôle montre que les journalistes-animateur.trice.s perçu.e.s comme issu.e.s de la diversité sont encore moins nombreux.euses dans les rôles de premier plan que dans les rôles seconds : ils.elles sont 2,45% à titre principal et 5,23% à titre second. L'écart est donc de 2,78%. La comparaison entre les données des Baromètres 2013 et 2017 montre un recul de la diversité des origines tant pour le rôle principal que

pour le rôle second, même s'il est accru pour le rôle de premier plan. En effet, les journalistes-animateur.trice.s perçu.e.s comme issu.e.s de la diversité passent de 10,54% à 2,45% (-8,09%) lorsqu'ils.elles exercent à titre principal et de 8,95% à 5,23% (-3,72%) lorsqu'ils.elles exercent à titre second. Le recul est donc global mais plus marqué à l'avant-plan des programmes.

JOURNALISTES-ANIMATEUR.TRICE.S PERÇU.E.S COMME ISSU.E.S DE LA DIVERSITÉ / 2013-2017

Journaliste / animateur.trice principal.e - Journaliste / animateur.trice second.e



Par ailleurs, la catégorie de « journaliste-animateur.trice » renvoie à des réalités assez hétérogènes. Examiner de plus près la répartition des 100 journalistes-animateur.trice perçu.e.s comme issus de la diversité par sous-genre de programme permet de mieux circonscrire leur représentation à l'écran. Ainsi, sur ces 100 personnes, 24 se concentrent dans les magazines de lifestyle, 17 dans les bandes annonces et 15

dans les journaux télévisés. Ces trois sous-genres avaient déjà été pointés dans l'édition 2013 du Baromètre. Il est intéressant d'observer que les bandes annonces et le journal télévisé constituent deux « textes » audiovisuels qui exercent un pouvoir symbolique fort en termes de construction de l'identité des chaînes. Les programmes de lifestyle quant à eux délivrent une information de type « soft news ».

Tableau 19. Répartition des journalistes-animateur.trice.s issu.e.s de la diversité par sous-genre de programme (2017)

	%	Effectifs
Journal télévisé	15,00%	15
Magazine d'information	6,00%	6
Débat	1,00%	1
Magazine de société	9,00%	9
Magazine culturel	6,00%	6
Lifestyle	24,00%	24
Documentaire	1,00%	1
Jeu	6,00%	6
Médias (vie des médias)	2,00%	2
Autre (cirque...)	3,00%	3
Retransmission sportive	2,00%	2
Magazine sportif	4,00%	4
Bande annonce	17,00%	17
Capsule	4,00%	4
Total général	100,00%	100

- PARTIE 1 -
TENDANCES
GÉNÉRALES

3.0

LES CATÉGORIES
SOCIO-PROFESSIONNELLES
-CSP-

3.1

CSP SUR L'ENSEMBLE DES PROGRAMMES

Nous avons identifié l'appartenance (socio)-professionnelle des intervenant.e.s lorsqu'elle est mentionnée ou identifiable grâce au contexte. Cette classification n'est pas renseignée pour les programmes de science-fiction, les vidéomusiques (clips), les dessins animés et, plus largement, pour tous les personnages animés. Les catégories utilisées dans cette étude reposent sur la classification INS, basée elle-même sur la version européenne de la Classification internationale type des professions (CITP-08)²². Une modification a été apportée dans la grille d'analyse comparativement aux années précédentes : nous avons distingué les professionnels des médias (dont les journalistes) des professions artistiques.

Sur les 82.961 intervenant.e.s encodé.e.s, 36.585 n'ont pas pu faire l'objet d'une identification en termes de catégorie socio-professionnelle. En outre, pour 755 d'entre eux, cette classification ne s'est pas avérée pertinente. Enfin, dans 1.423 cas, nous avons renseigné « plusieurs professions ». Ces différents éléments sont exclus de l'analyse. Nous travaillons dès lors sur un total de 44.198 intervenant.e.s (soit 53,27% du total des intervenant.e.s).

Lorsqu'on parcourt transversalement toutes les catégories socio-professionnelles encodées, on observe que quatre types de profession rassemblent 2/3 des intervenant.e.s : les sportif.ve.s professionnel.le.s (21,41%), les professionnel.le.s des médias (18,97%), les élèves et étudiant.e.s (14,36%) et les professions artistiques (11,39%). Le monde médiatique, artistique, sportif voire du show business constitue dès lors l'essentiel des représentations socio-professionnelles à l'écran. Pour comprendre ces résultats, il faut garder en mémoire que notre corpus comporte une augmentation du nombre d'intervenant.e.s sur une chaîne de football ainsi que deux concours, l'un de la chanson et l'autre musical : les concours Eurovision et Reine Elizabeth. En outre, le dernier jour du corpus a vu l'ouverture du festival de Cannes. S'agissant des élèves et étudiant.e.s, soulignons que notre corpus comporte de nombreux sujets relatifs à la fête des mères ainsi qu'à la polémique liée à l'école qui a décidé de ne pas célébrer cette fête (afin, selon elle, d'être davantage en concordance avec la réalité sociétale).

	%	Effectifs
Dirigeant.e.s et cadres supérieur.e.s	9,17%	4.054
Dirigeant.e.s et cadres supérieur.e.s de l'administration publique	1,41%	625
Dirigeant.e.s et cadres supérieur.e.s d'entreprise	2,51%	1.108
Membres de l'exécutif et des corps législatifs	5,25%	2.321
Professions intellectuelles et scientifiques	35,54%	15.707
Professionnel.le.s des médias	18,97%	8.385
Professions artistiques	11,39%	5.034
Autres professions intellectuelles et scientifiques	5,18%	2.288
Sportif.ve.s professionnel.le.s	21,41%	9.464
Professions intermédiaires	3,72%	1.645
Employé.e.s de type administratif	0,83%	368
Personnel des services et vendeur.euse.s de magasins et de marchés	5,19%	2.295
Agriculteur.trice.s et ouvrier.ère.s qualifié.e.s de l'agriculture et de la pêche	1,38%	610
Artisan.e.s et ouvrier.ère.s de type artisanal	1,16%	514
Conducteur.trice.s d'installation et de machines et ouvrier.ère.s de l'assemblage	0,63%	278
Ouvrier.ère.s et employé.e.s non qualifié.e.s	2,00%	883
Forces armées	2,43%	1.072
Élèves et étudiant.e.s	14,36%	6.348
Retraité.e.s	0,90%	398
Inactif.ve.s	0,16%	76
Autres	1,10%	486
Total général	100,00%	44.198

Nous excluons les intervenant.e.s qui n'ont pas pu faire l'objet d'une identification en termes de CSP, pour lesquels cette classification ne s'est pas avérée pertinente ou qui rassemblent plusieurs professions -groupes-.

²² <https://statbel.fgov.be/fr/propos-de-statbel/methodologie/classifications/classification-internationale-type-des-professions>

Si l'on procède à un regroupement des catégories socio-professionnelles, nous constatons d'importantes disparités entre les catégories supérieures et celles moins qualifiées. En effet, 35,54% des intervenant.e.s identifié.e.s dans l'analyse appartiennent aux professions intellectuelles et scientifiques (comportant les professionnel.le.s des médias, les professions artistiques et les professions intellectuelles et scientifiques à part entière). Si on y ajoute 9,17% de dirigeant.e.s et cadres supérieur.e.s (comprenant les dirigeant.e.s et cadres supérieur.e.s de l'administration publique, d'entreprises et les membres de l'exécutif et des corps législatifs), les catégories socio-professionnelles supérieures représentent 44,71% des professions encodées. Elles sont donc nettement surreprésentées à l'écran comparativement à ce qu'elles représentent dans la société belge (Voyez l'enquête sur les forces de travail 2017 : <https://statbel.fgov.be>). Sur ces 44,71%, près de 19% sont constitué.e.s des professionnel.le.s des médias ainsi que nous l'avons mentionné ci-dessus.

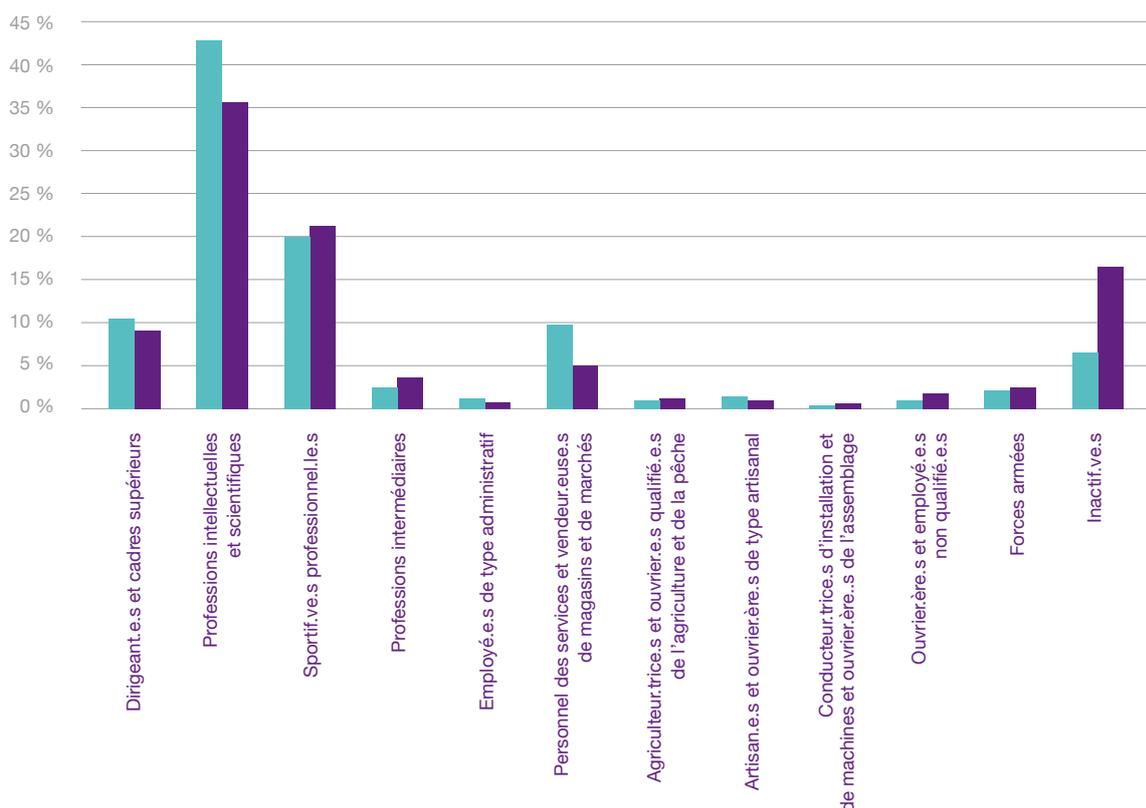
Les professions intermédiaires, employé.e.s administratif.ve.s, personnel des services et vendeur.euse.s ne représentent que 9,74% des individus encodés. Les ouvrier.ère.s, artisan.e.s, agriculteur.trice.s et les professions non qualifiées sont nettement sous-représentées : elles totalisent 5,17% des professions encodées. Enfin, les personnes inactives au sens large (inactif.ve.s, retraité.e.s, élèves et étudiant.e.s, autres) constituent 16,52% des intervenant.e.s. Toutefois, 14,36% de ces personnes sont des étudiant.e.s. Les personnes retraitées, au foyer ou au chômage sont ainsi très largement exclues des représentations à l'écran.

Ces constats du Baromètre 2017 confortent les tendances déjà observées précédemment : la surreprésentation des catégories socio-professionnelles supérieures et la nette sous-représentation des professions peu qualifiées et des personnes inactives sont des constantes au fil du temps. Toutefois, des évolutions sont observables à la marge :

- Bien qu'elles demeurent nettement surreprésentées les catégories socio-professionnelles supérieures connaissent une diminution de 2013 à 2017. Leur proportion est passée de 52,96% à 44,71% (-8,25%). Cette tendance va à contre-courant de ce qui avait été observé jusqu'ici dans les Baromètres (de 2011 à 2013) où la proportion de CSP + enregistrait une augmentation.
- Les professions intermédiaires, employé.e.s administratif.ve.s, personnel des services et vendeur.euse.s, déjà fort peu représenté.e.s précédemment, connaissent une diminution de 4,11% de 2013 à 2017.
- Les professions manuelles et celles non qualifiées connaissent en revanche une très légère augmentation (de 1,02%) de 2013 à 2017.
- Les inactif.ve.s sont un peu plus représenté.e.s dans le Baromètre 2017 qu'au cours des années précédentes : 16,52% en 2017, pour 6,60% en 2013, 14% en 2012 et 16,14% en 2011. Toutefois, comme nous l'avons expliqué ci-dessus les sujets liés aux cadeaux (ou à l'absence de cadeaux) de fête des mères dans les écoles a gonflé la présence d'élèves et d'étudiant.e.s qui constituent une très large majorité des inactif.ve.s. Ainsi, la proportion de personnes inactives en 2017 se rapproche de celle de l'année 2012 qui incluait la période de la rentrée des classes et donc une proportion significative d'élèves et étudiant.e.s.

RÉPARTITION DES CATÉGORIES SOCIO-PROFESSIONNELLES /2013-2017

2013 - 2017



3.2

CSP ET TYPES DE PROGRAMME

Si l'on étudie la distribution des catégories socio-professionnelles pour chaque type/genre de programme, on observe que les catégories supérieures sont toujours les plus représentées, à l'exception de la fiction, du sport et des « autres émissions ». Ainsi, les cadres, dirigeant.e.s, professions intellectuelles et scientifiques représentent 78,98% des intervenant.e.s dans le divertissement, 56,54% dans

l'information, 42,99% dans les magazines-documentaires et 54,68% dans les programmes courts. Néanmoins, on remarque qu'entre 2013 et 2017, la présence des catégories socio-professionnelles supérieures chute dans tous les genres de programme à l'exception du divertissement. C'est exactement l'inverse de ce que nous observions de 2012 à 2013.

Tableau 21. Répartition des CSP par type/genre de programme (2017)

	Fiction	Information	Magazine-Documentaire	Divertissement	Sport	Programmes courts	Autre émission	Total général
Cadres, dirigeant.e.s, professions intellectuelles et scientifiques	99 / 26,47%	9.070 / 56,54%	5.120 / 42,99%	1.056 / 78,98%	845 / 10,96%	3.245 / 54,68%	326 / 36,71%	19.761 / 44,71%
Sportif.ve.s professionnel.le.s	9 / 2,41%	814 / 5,07%	135 / 1,13%	21 / 1,57%	6.455 / 83,70%	2.030 / 34,20%	0 / 0,00%	9.464 / 21,41%
Employé.e.s administratif.ve.s, professions intermédiaires et personnel des services	215 / 57,49%	2.128 / 13,26%	1.426 / 11,97%	95 / 7,11%	200 / 2,59%	240 / 4,04%	4 / 0,45%	4.308 / 9,75%
Ouvrier.ère.s, artisan.e.s, agriculteur.trice.s, employé.e.s non qualifié.e.s	22 / 5,88%	1.069 / 6,66%	911 / 7,65%	32 / 2,39%	79 / 1,02%	138 / 2,33%	34 / 3,83%	2.285 / 5,17%
Forces armées	0 / 0,00%	177 / 1,10%	653 / 5,48%	91 / 6,81%	0 / 0,00%	151 / 2,54%	0 / 0,00%	1.072 / 2,43%
Élèves et étudiant.e.s	13 / 3,48%	2.228 / 13,89%	3.377 / 28,36%	17 / 1,27%	127 / 1,65%	62 / 1,04%	524 / 59,01%	6.348 / 14,36%
Retraité.e.s	0 / 0,00%	303 / 1,89%	76 / 0,64%	15 / 1,12%	2 / 0,03%	2 / 0,03%	0 / 0,00%	398 / 0,90%
Inactif.ve.s	1 / 0,27%	57 / 0,36%	15 / 0,13%	1 / 0,07%	0 / 0,00%	2 / 0,03%	0 / 0,00%	76 / 0,17%
Autre	15 / 4,01%	197 / 1,23%	196 / 1,65%	9 / 0,67%	4 / 0,05%	65 / 1,10%	0 / 0,00%	486 / 1,10%
Total général	374 / 100,00%	16.043 / 100,00%	11.909 / 100,00%	1.337 / 100,00%	7.712 / 100,00%	5.935 / 100,00%	888 / 100,00%	44.198 / 100,00%

Nous excluons les intervenant.e.s qui n'ont pas pu faire l'objet d'une identification en termes de CSP, pour lequel.le.s cette classification ne s'est pas avérée pertinente ou qui rassemblent plusieurs professions -groupes-.

Détaillons l'évolution de la répartition des catégories socio-professionnelles dans les différents genres/types de programme entre les deux derniers Baromètres (2013-2017).

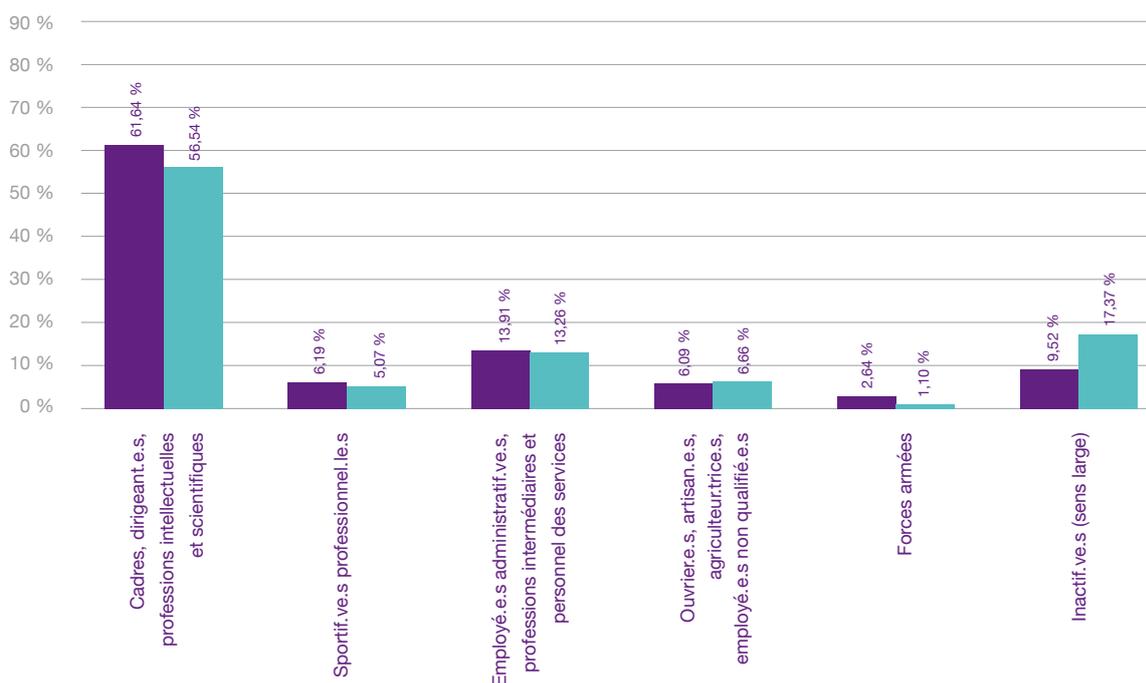
Dans l'information et les magazines-documentaires, on observe donc une diminution de la part des CSP+. La différence la plus marquante réside dans les magazines-documentaires où cette catégorie socio-professionnelle chute de 14,48% (de 58,47% à 42,99%). Toutefois, la proportion d'intervenant.e.s issu.e.s des professions intermédiaires et du secteur tertiaire connaît également une diminution dans ce genre de programme : - 8,72% (soit de 20,69% à 11,97%). Les effectifs se redistribuent sur les personnes inactives (+23,51%) et, dans une moindre mesure, sur les professions manuelles (artisan.e.s, ouvrier.ère.s, agriculteur.trice.s) et non qualifiées (+1,89%) ainsi que sur les forces armées (+1,80%). On notera que des magazines comme *Au chant du Coq* ou *Les testeurs* diffusés sur les chaînes de télévision locales mettent en avant des catégories socio-professionnelles telles que des artisan.e.s, ouvrier.ère.s, agriculteur.trices.s. Concernant les personnes inactives, cette catégorie rassemble plus spécifiquement des élèves et étudiant.e.s : ils constituent en effet 28,36% des 30,78% d'inactif.ve.s. Notons que les élèves et étudiant.e.s dans les magazines et documentaires se concentrent principalement dans deux titres de programmes : *Au chant du Coq* et *C dans la poche* largement diffusés sur les télévisions locales. Les forces armées sont notamment

présentes dans le documentaire « Forces spéciales » diffusé sur la Une au cours de la semaine encodée.

Dans le genre de l'information, les écarts 2013-2017 sont moins marquants que dans les magazines et documentaires. La proportion de catégories socio-professionnelles supérieures y chute également (56,54%, soit -5,1%). Elles restent toutefois largement majoritaires et plus nombreuses que dans les magazines et documentaires. Les autres catégories socio-professionnelles restent assez stables, n'excédant pas 1,1% de variation (sauf pour les inactif.ve.s). Notons néanmoins la très légère mais constante progression des ouvrier.ère.s, artisan.e.s, agriculteur.trice.s et employé.e.s non qualifié.e.s depuis le début des Baromètres jusqu'à maintenant dans l'information : de 3,7% en 2011 à 6,66% en 2017. Enfin, les personnes inactives connaissent un accroissement de + 7,85%, il s'agit aussi essentiellement d'élèves et étudiant.e.s (13,89% sur 17,37% de personnes inactives). Ainsi, les personnes retraitées, au chômage et au foyer restent largement en dehors des représentations des CSP dans l'information. Les personnes retraitées, par exemple, constituent 1,89% des intervenant.e.s encodé.e.s dans ce genre de programme.

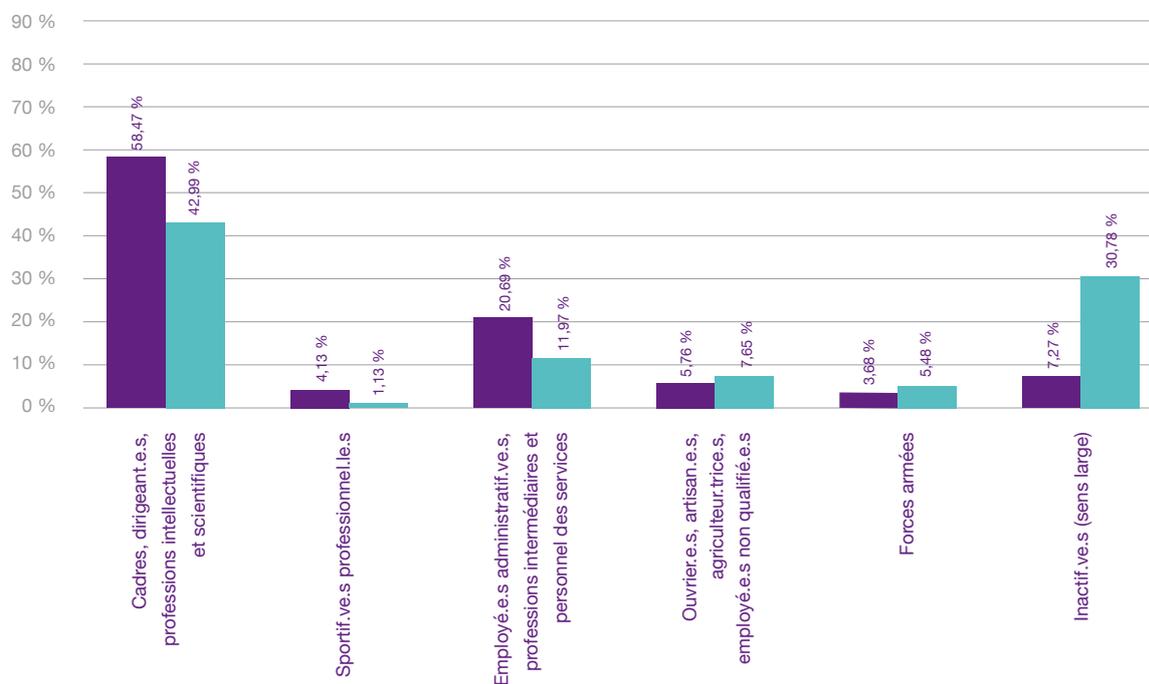
RÉPARTITION DES CSP DANS L'INFORMATION /2013-2017

2013 - 2017



RÉPARTITION DES CSP DANS LES MAGAZINES-DOCUMENTAIRES /2013-2017

2013 - 2017



Dans le divertissement, les catégories socio-professionnelles supérieures connaissent un accroissement de 20,77%, passant ainsi de 58,21% en 2013 à 78,98% en 2017. La proportion de CSP + dans ce genre se rapproche ainsi en 2017 de celle enregistrée en 2012 (73,5%). La redistribution des sous-genres du divertissement permet d'expliquer ces évolutions. On pointera en 2017 la disparition des programmes de call-TV et l'augmentation des jeux et programmes musicaux, des vidéo clips et des spectacles d'humour. Au vu de cette redistribution la proportion de professions artistiques a nettement augmenté. Ainsi, sur les 1056 intervenant.e.s issu.e.s de CSP+, 730 (soit 69,13%) sont répertoriés en tant que professions artistiques. Ces professions artistiques font grimper la part des CSP + dans le divertissement.

Corrélativement, la proportion des autres catégories socio-professionnelles chute considérablement dans le divertissement. C'est le cas des professions du secteur tertiaire qui connaissent pourtant une augmentation continue dans ce type de

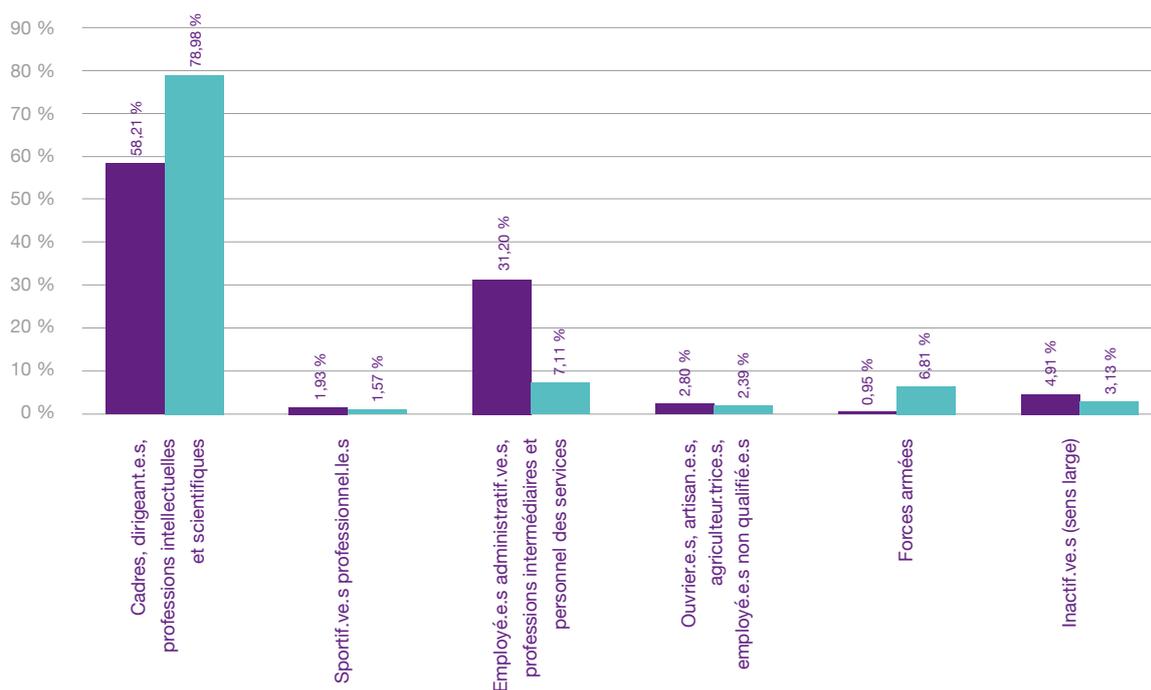
programme de 2011 à 2013. Ainsi, les employé.e.s administratifs.ve.s, professions intermédiaires et personnel des services passent de 31,20% en 2013 à 7,11% en 2017, soit - 24,09%. La part de professions manuelles et moins qualifiées reste stable mais très faible (de 2,80% en 2013 à 2,39% en 2017). Les personnes inactives déjà peu représentées, connaissent un recul de 1,78%. Ainsi, le constat que nous formulons dans les Baromètres précédents s'agissant de la distribution des CSP dans le divertissement se renforce considérablement, en l'occurrence : l'émission de divertissement, qui cherche à fédérer un public large et diversifié, donne moins à voir et à entendre l'individu ordinaire auquel le.télespectateur.trice peut s'identifier qu'elle ne projette une image de professions socialement valorisées dans lesquelles le.télespectateur peut se projeter afin de s'évader ou de vivre imaginairement une autre vie (voir Spies, 2008). Le divertissement est en 2017 l'un des genres de programme les moins diversifiés en termes de représentation des catégories socio-professionnelles.

Enfin, examinons les programmes de fiction. Ces derniers répertorient 374 intervenant.e.s dont on a pu identifier la catégorie socio-professionnelle. C'est l'effectif le plus faible. En 2013, tout en formulant quelques réserves liées au nombre de programmes sensiblement plus faible dans le genre de la fiction, nous constatons qu'il s'agissait du genre le moins polarisé en termes de distribution des catégories socio-professionnelles. Les effectifs se distribuaient en effet sur les professions intermédiaires et celles qui s'apparentent au secteur tertiaire (39,13%), les CSP + (30,43%) et les professions manuelles et moins qualifiées (26,09%). Nous pointons d'ailleurs qu'il s'agissait du seul genre de programme où la proportion d'ouvrier.ère.s, artisan.e.s, agriculteur.trice.s et employé.e.s non qualifié.e.s était supérieure à 10%. Dans le Baromètre 2017, le nombre total d'intervenant.e.s dans la fiction a un peu augmenté. Et les trois catégories professionnelles mentionnées ci-dessus rassemblent toujours la majorité des effectifs. Toutefois, leurs proportions respectives se sont redistribuées : elles apparaissent de manière moins équilibrée. Les catégories socio-professionnelles supérieures sont un peu moins présentes en 2017 qu'en

2013 : 26,47%, soit une diminution de 3,96%. Les ouvrier.ère.s, artisan.e.s, agriculteur.trice.s et employé.e.s non qualifié.e.s reculent de 20,21% : ils.elles ne représentent plus que 5,88% des effectifs de ce genre de programme. Nous avons expliqué que le volume de cette catégorie en 2013 pouvait être expliqué par la diffusion du film « Aaltra » sur la Trois. En revanche, la proportion de professions intermédiaires et s'apparentant au secteur tertiaire s'est très nettement accrue en 2017, passant de 39,13% à 57,49% des intervenant.e.s (+18,36%). Elles se concentrent dans les fictions suivantes : *Les vacances de l'amour* (AB), *Meurtre en Auvergne*, *Meurtre sur le lac Léman*, *Munch* et *Joséphine Ange gardien*. Ainsi, c'est dans le genre de la fiction que cette catégorie socio-professionnelle est la plus représentée proportionnellement à ses effectifs. Les personnes inactives, absentes des représentations fictionnelles en 2013, totalisent désormais 7,76% des intervenant.e.s. Elles figurent en majorité dans la fiction *Joséphine Ange gardien*. Il y a donc plus de professions représentées à l'écran dans les fictions en 2017 qu'en 2013, mais elles se concentrent davantage sur une catégorie socio-professionnelle.

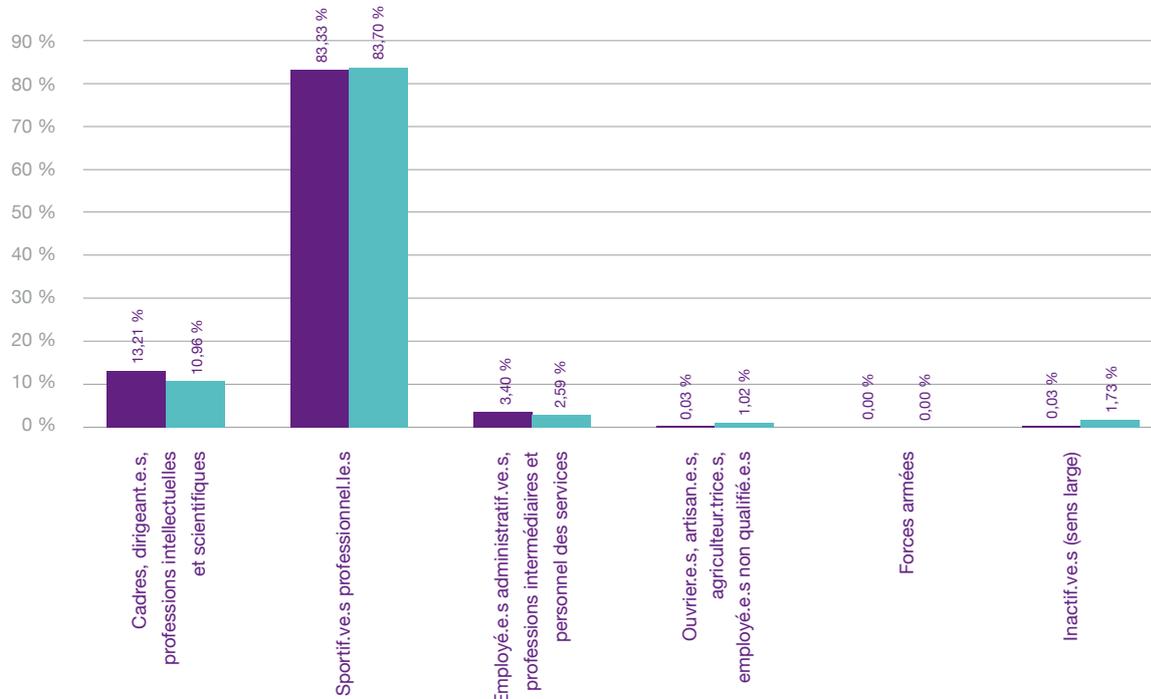
RÉPARTITION DES CSP DANS LE DIVERTISSEMENT /2013-2017

2013 - 2017



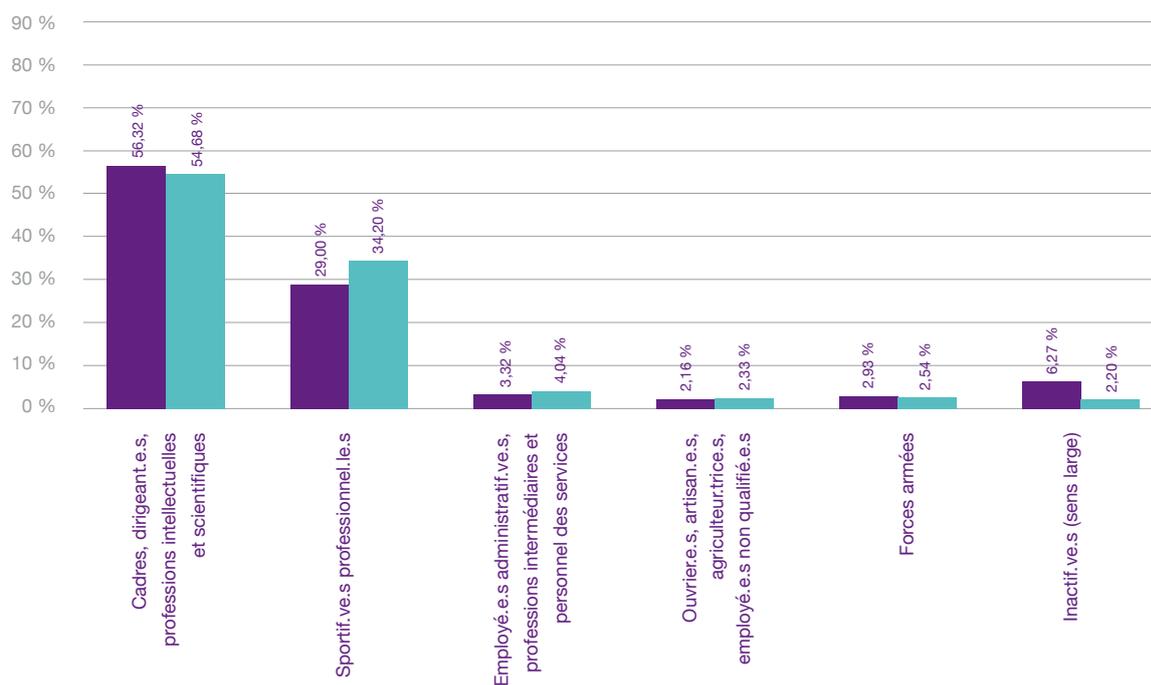
RÉPARTITION DES CSP DANS LE SPORT /2013-2017

2013 - 2017



RÉPARTITION DES CSP DANS LES PROGRAMMES COURTS /2013-2017

2013 - 2017



3.3

CSP ET RÔLE MÉDIATIQUE

Rappelons que l'encodage des intervenant.e.s par rôle comporte sept modalités. Dans 595 cas, l'analyse du rôle ne s'est pas avérée pertinente pour l'analyse. Nous excluons ces cas des calculs à venir.

Procédons à une première lecture des données, en calculant le pourcentage par catégorie socio-professionnelle : comment se répartissent les rôles médiatiques selon la CSP l'intervenant.e ? Si l'on détaille les catégories socio-professionnelles, on observe que :

- Les dirigeant.e.s et cadres supérieur.e.s de l'administration publique figurent majoritairement dans le rôle de porte-parole (64,30% d'entre eux.elles figurent dans ce rôle) ;
- Il en va de même pour les dirigeant.e.s et cadres supérieur.e.s d'entreprises, mais dans des proportions moindres (30,70% d'entre eux.elles figurent dans le rôle de porte-parole) ;

- Les professionnels des médias figurent majoritairement dans le rôle de journaliste-animateur (67,51%) ;
- Toutes les autres catégories socio-professionnelles se concentrent majoritairement dans le rôle de figurant.e qui rassemble, de manière générale, le plus grand nombre d'intervenant.e.s.
- On note que les catégories socio-professionnelles supérieures investissent plus largement que les autres les rôles discursifs socialement valorisés.

Procédons ensuite à une seconde lecture des données, en calculant le pourcentage par rôle médiatique : comment se répartissent les catégories socio-professionnelles par rôle médiatique ? On constate que les catégories socio-professionnelles supérieures sont les plus représentées au sein de chaque rôle médiatique.

Tableau 22. Répartition des CSP par rôle médiatique (2017)

	Journaliste- animateur. trice	Candidat.e à un jeu	Porte-parole	Expert.e	Vox populi	Figurant.e	Personnage de fiction	Total général
CSP+	5.734 / 97,22%	69 / 79,31%	2.200 / 77,82%	762 / 78,23%	1.660 / 38,52%	8.606 / 30,19%	356 / 35,60%	19.387 / 44,46%
Sportif.ves pro- fessionnel.le.s	40 / 0,68%	0 / 0,00%	198 / 7,00%	16 / 1,64%	628 / 14,57%	8.464 / 29,69%	18 / 1,80%	9.364 / 21,48%
Employé.e.s administratif. ve.s, professions intermédiaires et personnel des services	79 / 1,34%	2 / 2,30%	349 / 12,35%	114 / 11,70%	467 / 10,84%	2.979 / 10,45%	297 / 29,70%	4.287 / 9,83%
Ouvrier.ère.s, artisan.e.s, agri- culteur.trice.s, employé.e.s non qualifié.e.s	0 / 0,00%	5 / 5,75%	44 / 1,56%	43 / 4,41%	370 / 8,59%	1.751 / 6,14%	24 / 2,40%	2.237 / 5,13%
Forces armées	0 / 0,00%	0 / 0,00%	13 / 0,46%	1 / 0,10%	42 / 0,97%	835 / 2,93%	181 / 18,10%	1.072 / 2,46%
Élèves et étudiant.e.s	43 / 0,73%	8 / 9,20%	9 / 0,32%	12 / 1,23%	1.029 / 23,88%	5.177 / 18,16%	50 / 5,00%	6.328 / 14,51%
Retraité.e.s	0 / 0,00%	2 / 2,30%	0 / 0,00%	22 / 2,26%	91 / 2,11%	282 / 0,99%	1 / 0,10%	398 / 0,91%
Inactif.ve.s	2 / 0,03%	1 / 1,15%	0 / 0,00%	0 / 0,00%	4 / 0,09%	65 / 0,23%	4 / 0,40%	76 / 0,17%
Autre	0 / 0,00%	0 / 0,00%	14 / 0,50%	4 / 0,41%	18 / 0,42%	349 / 1,22%	69 / 6,90%	454 / 1,04%
Total général	5.898 / 100,00%	87 / 100,00%	2.827 / 100,00%	974 / 100,00%	4.309 / 100,00%	28.508 / 100,00%	1.000 / 100,00%	43.603 / 100,00%

Nous excluons les intervenant.e.s qui n'ont pas pu faire l'objet d'une identification en termes de CSP, pour lequel.le.s cette classification ne s'est pas avérée pertinente ou qui rassemblent plusieurs professions -groupes- ainsi que les intervenant.e.s pour lequel.le.s le rôle médiatique ne s'est pas avéré pertinent

Au sein des rôles discursifs socialement valorisés, tels que journaliste-animateur.trice, porte-parole et expert.e, la proportion de CSP + est la plus élevée : 97,22% dans le rôle de journaliste-animateur.trice, 77,82% dans le rôle de porte-parole, 78,23% dans le rôle d'expert.e. C'est une constante au fil des Baromètres. Toutefois on note aussi que les CSP + représentent 79,31% des candidat.e.s à un jeu (69 sur 87). Ce constat est à mettre en lien avec une particularité contextuelle : le recensement des professions artistiques dans le concours Eurovision qui s'est tenu au cours de la semaine encodée. Sans l'Eurovision, les CSP + représentent 25% des candidat.e.s à un jeu (6 sur 24). Notons néanmoins que la part des CSP + dans le rôle de candidat.e à un jeu n'a cessé de croître au fil des Baromètres : 7,63% en 2011, 18,89% en 2012, 36,96% en 2013 et 79,31% en 2017. En 2011, ce sont les personnes inactives qui constituaient l'essentiel des candidat.e.s à un jeu. En 2012 et 2013, ce sont les professions intermédiaires et du secteur tertiaire qui deviennent la CSP la plus représentée dans ce rôle médiatique. En 2017, ce sont les CSP+.

Ce sont également les CSP + qui sont les plus représentées dans le rôle de vox populi. Comme en 2013, on retrouve essentiellement dans ce cas de figure une parole de témoignage ou d'expérience portée par des professions artistiques. La part de ces catégories professionnelles n'a cessé de croître de 2011 à 2013 (32,19% en 2011, 42,12% en 2012, 47,54% en 2013).

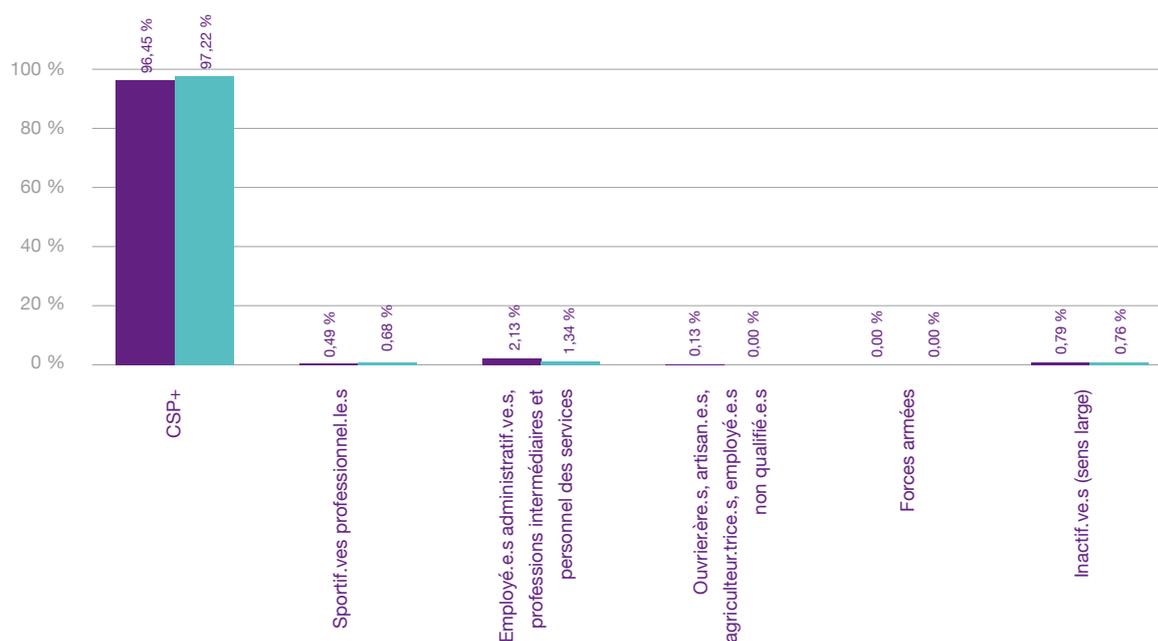
Leur proportion est toutefois redescendue de 9% dans le présent Baromètre : 38,52%. Notons que les personnes « inactives au sens large » représentent 26,5% des intervenant.e.s de ce rôle discursif ancré sur l'affect (témoignage, expérience, avis censé refléter la parole du citoyen dit « ordinaire ») et non sur le « logos ». Parmi ces personnes inactives, on observe 23,88% d'élèves et d'étudiant.e.s qui interviennent essentiellement en tant que « quidam » ou en relatant leur expérience personnelle.

Les personnes « inactives au sens large » représentent ainsi 26,5% des intervenant.e.s dans le rôle de vox populi, 12,65% dans celui de candidat.e à un jeu et 20,6% dans le rôle de figurant.e. Elles sont donc plus présentes dans des rôles d'arrière-plan ou associés à l'univers de l'affect et du ludique.

Enfin, les rôles de figurant.e et de personnage de fiction sont un peu mieux répartis au sein des différentes catégories socio-professionnelles que ne le sont les autres rôles médiatiques. Les figurant.e.s se répartissent d'abord sur les catégories suivantes : CSP + (30,19%), sportifs professionnels (29,69%) et élèves et étudiant.e.s (18,16%). Les personnages de fiction mettent en scène des CSP + (35,60%), des professions intermédiaires et du secteur tertiaire (29,70%) et des forces armées (18,10%). Cette dernière catégorie de personnage de fiction est essentiellement recensée dans des agendas ou critiques cinéma.

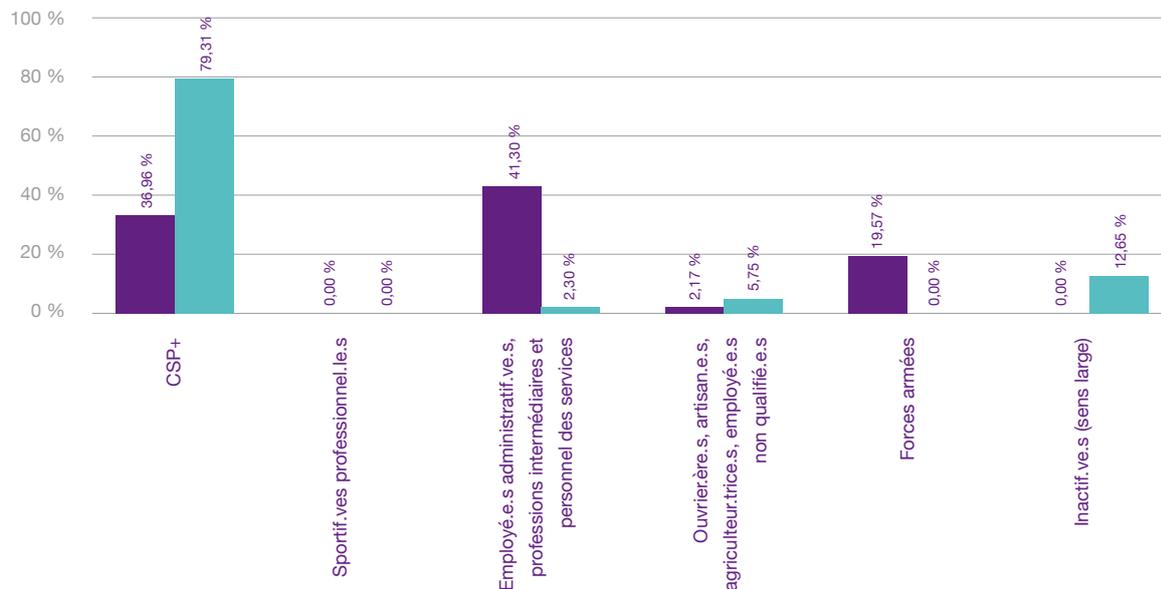
RÉPARTITION DES CSP : RÔLE DE JOURNALISTE-ANIMATEUR.TRICE

2013 - 2017



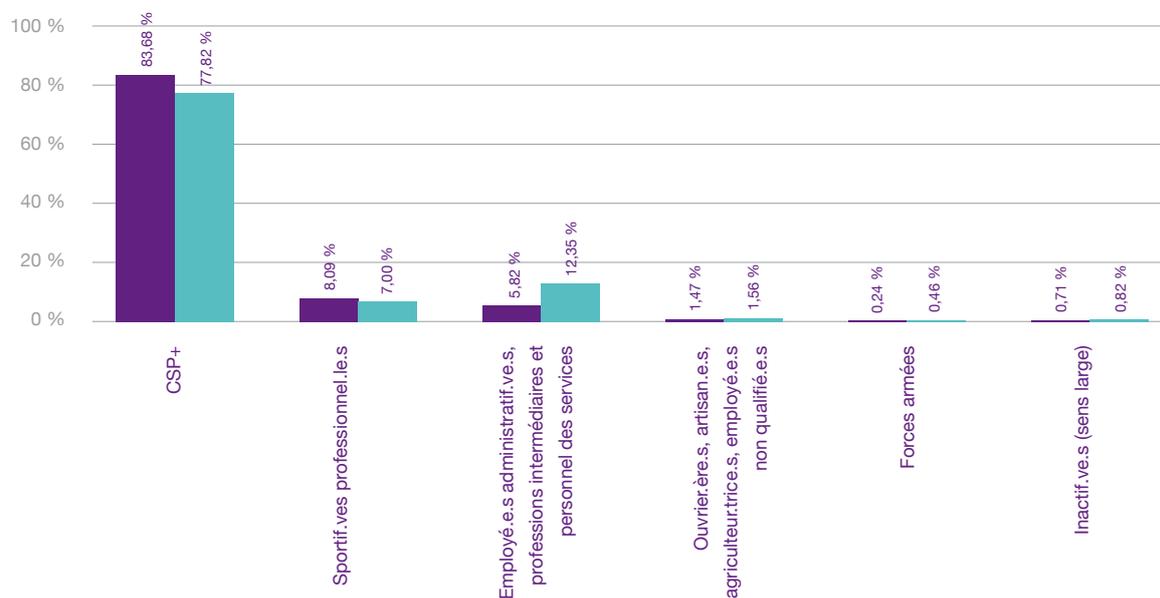
RÉPARTITION DES CSP : RÔLE DE DE CANDIDAT.E À UN JEU

2013 - 2017



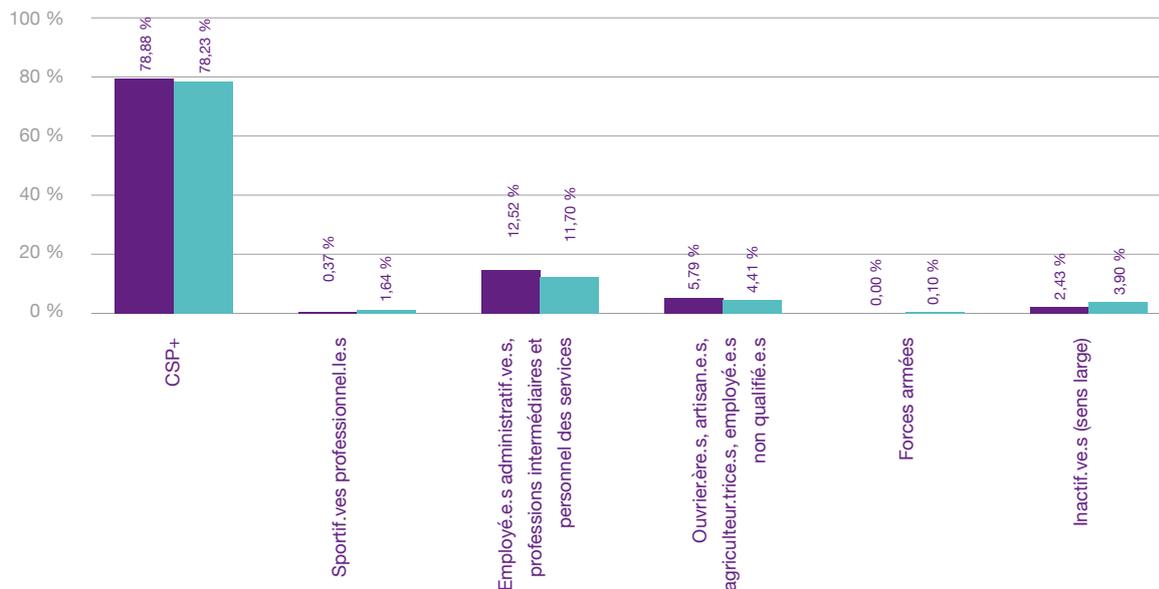
RÉPARTITION DES CSP : RÔLE DE PORTE-PAROLE

2013 - 2017



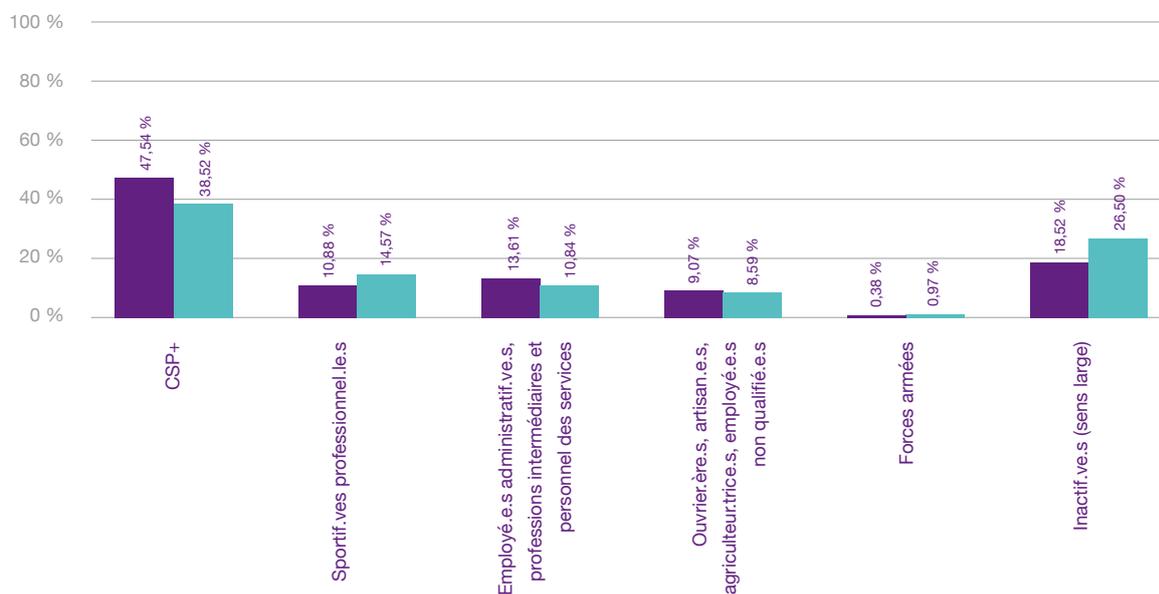
RÉPARTITION DES CSP : RÔLE D'EXPERT.E

2013 - 2017



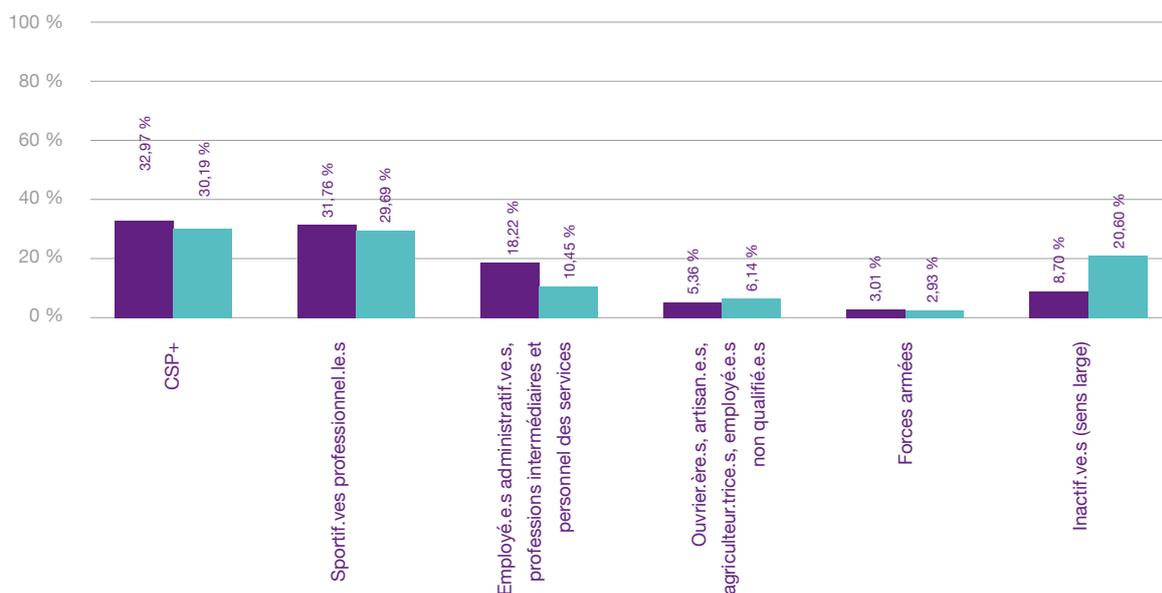
RÉPARTITION DES CSP : RÔLE DE VOX POPULI

2013 - 2017



RÉPARTITION DES CSP : RÔLE DE FIGURANT.E

2013 - 2017



3.4

CSP ET ORIGINE PERÇUE

Croisons les données relatives à la catégorie socio-professionnelle et à l'origine perçue des intervenant.e.s. Aux fins de cette analyse, nous avons exclu : les intervenant.e.s dont l'origine perçue n'a pas pu être définie, les groupes multiculturels, les intervenant.e.s dont la catégorie socio-professionnelle n'a pas pu être déterminée ou ne s'est pas avérée pertinente. Nos analyses reposent donc sur 36.310 intervenant.e.s.

Procédons à une première lecture des données, en calculant le pourcentage par origine : comment se répartissent les catégories socio-professionnelles selon l'origine perçue de l'intervenant.e ?

Tableau 23. Répartition des CSP selon l'origine perçue (2017)

	Perçu.e comme « blanc.he »	Perçu.e comme issu.e de la diversité	Total général
CSP+	14.118 / 45,87%	1.257 / 22,71%	15.375 / 42,34%
Sportif.ve.s professionnel.le.s	5.374 / 17,46%	2.651 / 47,90%	8.025 / 22,10%
Employé.e.s administratif.ve.s, professions intermédiaires et personnel des services	3.436 / 11,16%	384 / 6,94%	3.820 / 10,52%
Ouvrier.ère.s, artisan.e.s, agriculteur.trice.s, employé.e.s non qualifié.e.s	1.606 / 5,22%	217 / 3,92%	1.823 / 5,02%
Forces armées	646 / 2,10%	135 / 2,44%	781 / 2,15%
Élèves et étudiant.e.s	4.759 / 15,46%	806 / 14,56%	5.565 / 15,33%
Retraité.e.s	370 / 1,20%	18 / 0,33%	388 / 1,07%
Inactif.ve.s	51 / 0,17%	12 / 0,22%	63 / 0,17%
Autre	415 / 1,35%	55 / 0,99%	470 / 1,29%
Total général	30.775 / 100,00%	5.535 / 100,00%	36.310 / 100,00%

Nous avons exclu : les intervenant.e.s dont l'origine perçue n'a pas pu être définie, les groupes multiculturels, les intervenant.e.s dont la catégorie socio-professionnelle n'a pas pu être déterminée ou ne s'est pas avérée pertinente.

Lorsqu'on compare les origines entre-elles, on observe que les intervenant.e.s relevant du marqueur de perception « blanc.he » se concentrent majoritairement dans les catégories socio-professionnelles supérieures (45,87% sont répertorié.e.s dans les CSP +). En revanche, les intervenant.e.s perçu.e.s comme étant issu.e.s de la diversité se concentrent au premier chef parmi les sportif.ve.s professionnel.le.s (47,90% sont répertorié.e.s dans cette profession). Ce constat avait déjà été formulé précédemment. Le détail de chacune des catégories met en exergue que la diversité se déploie, de manière inégale, dans trois professions : les sportif.ve.s professionnel.le.s (47,90% des personnes issues de la diversité), les élèves et étudiant.e.s (14,56%) et les professions artistiques (10,55%, répertoriés parmi les CSP +).

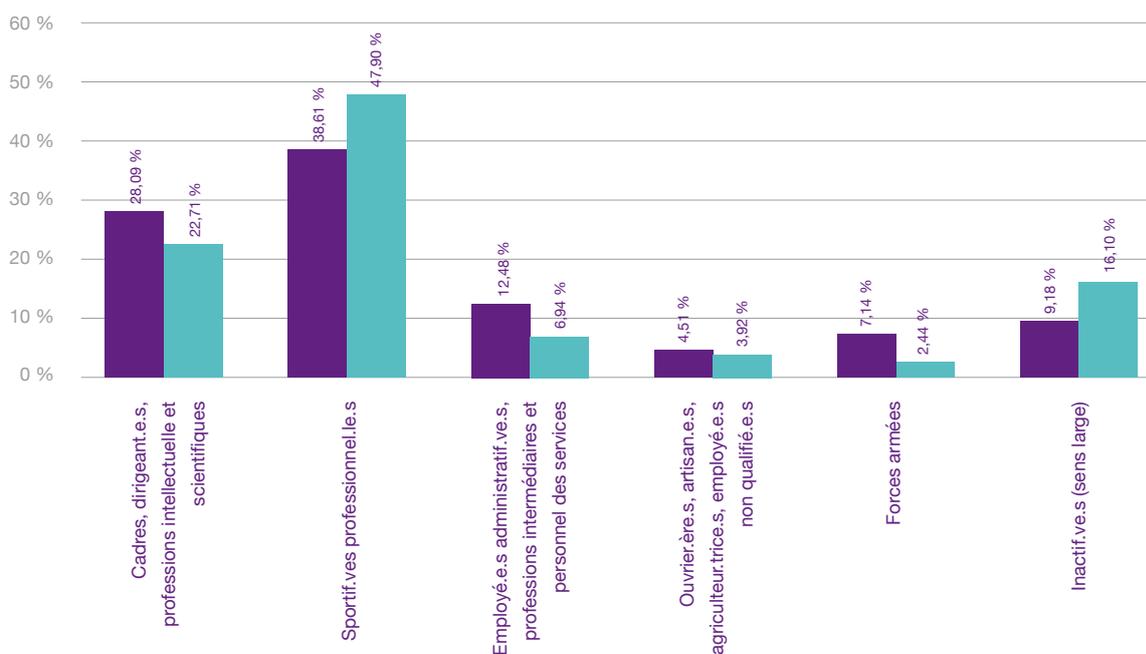
Relevons encore qu'il existe un écart de plus de 20% entre la proportion de personnes perçues comme « blanches » et perçues comme issues de la diversité dans les catégories socio-professionnelles supérieures : 45,87% de personnes perçues comme « blanches » pour 22,71% de personnes perçues comme issues de la diversité. Cet écart est de près de 30% s'agissant de la catégorie de sportif.ve professionnel : 17,46% de personnes perçues comme « blanches » pour

47,90% de personnes perçues comme issues de la diversité. Les intervenant.e.s perçu.e.s comme « blanc.he.s » sont un peu plus fréquemment représenté.e.s en tant que professions intermédiaires et du secteur tertiaire (11,16% pour 6,94% de personnes perçues comme issues de la diversité). Enfin, il y a très peu de disparités du point de vue de la distribution des origines dans la catégorie des élèves et étudiant.e.s

L'examen 2013-2017 de la distribution des personnes perçues comme issues de la diversité au fil des catégories socio-professionnelles permet de formuler plusieurs constats. Tout d'abord, on voit que les personnes issues de la diversité sont plus nombreuses encore en 2017 à se concentrer dans la catégorie de sportif.ve professionnel.le (+9,29%). Cette augmentation est à mettre en relation avec l'augmentation du nombre d'intervenant.e.s sur la chaîne de football Proximus 11. Elles sont aussi un peu plus nombreuses parmi les personnes inactives (au sens large), singulièrement les étudiant.e.s. Corrélativement, la diversité des origines a diminué dans toutes les autres catégories socio-professionnelles, notamment au sein des catégories socio-professionnelles supérieures (-5,38%).

RÉPARTITION DES INTERVENANT.E.S PERÇU.E.S COMME ISSU.E.S DE LA DIVERSITÉ SELON LES CSP / 2013-2017

2013 - 2017



Procédons ensuite à une seconde lecture des données, en calculant le pourcentage par catégorie socio-professionnelle : comment se répartissent les origines dans chaque catégorie socio-professionnelle ?

Tableau 24. Répartition de l'origine perçue par CSP (2017)			
	Perçu.e comme « blanc.he »	Perçu.e comme issu.e de la diversité	Total général
CSP+	14.118 / 91,82%	1.257 / 8,18%	15.375 / 100,00%
Sportif.ve.s professionnel.le.s	5.374 / 66,97%	2.651 / 33,03%	8.025 / 100,00%
Employé.e.s administratif.ve.s, professions intermédiaires et personnel des services	3.436 / 89,95%	384 / 10,05%	3.820 / 100,00%
Ouvrier.ère.s, artisan.e.s, agriculteur.trice.s, employé.e.s non qualifié.e.s	1.606 / 88,10%	217 / 11,90%	1.823 / 100,00%
Forces armées	646 / 82,71%	135 / 17,29%	781 / 100,00%
Élèves et étudiant.e.s	4.759 / 85,52%	806 / 14,48%	5.565 / 100,00%
Retraité.e.s	370 / 95,36%	18 / 4,64%	388 / 100,00%
Inactif.ve.s	51 / 80,95%	12 / 19,05%	63 / 100,00%
Autre	415 / 88,30%	55 / 11,70%	470 / 100,00%
Total général	30.775 / 84,76%	5.535 / 15,24%	36.310 / 100,00%

Nous avons exclu : les intervenant.e.s dont l'origine perçue n'a pas pu être définie, les groupes multiculturels, les intervenant.e.s dont la catégorie socio-professionnelle n'a pas pu être déterminée ou ne s'est pas avérée pertinente.

La proportion de personnes perçues comme blanches est majoritaire dans chaque catégorie socio-professionnelle : 91,82% des cadres, dirigeant.e.s, professions intellectuelles et scientifiques relèvent du marqueur de perception « blanc.he ». Si l'on détaille les différentes composantes de cette catégorie, on observe que cette proportion monte à 96,59% s'agissant des dirigeant.e.s et cadres supérieur.e.s de l'administration publique ; 92,07% chez les dirigeant.e.s et cadres supérieur.e.s d'entreprise ; 95,66% chez les professionnel.le.s des médias. On remarque que c'est au sein de la catégorie des sportif.ve.s professionnel.le.s que les personnes issues de la diversité sont les plus nombreuses : elles représentent 33,03% des intervenant.e.s.

Comparativement à 2013, la proportion de personnes issues de la diversité connaît une diminution au sein de chaque catégorie socio-professionnelle : cadres, dirigeant.e.s et professions intellectuelles -3,2% ; sportif.ve.s -1,55% ; professions intermédiaires et du secteur tertiaire -5,08% ; ouvrier.ère.s, artisan.e.s, agriculteur.trice.s et professions non qualifiées -6,54% ; forces armées -38,48% (à considérer avec précaution au vu du faible effectif dans cette CSP) ; inactif.ve.s (au sens large) -10,29%.

3.5 CSP ET GENRE

Considérons la question de la répartition des professions en fonction du genre de l'intervenant.e. Aux fins de l'analyse, nous avons exclu : les personnes dont on ne peut identifier le genre, les groupes comportant plusieurs genres, les personnes transgenres et travesties, les intervenant.e.s dont la catégorie socio-professionnelle n'a pas pu faire l'objet d'une

identification ou ne s'est pas avérée pertinente. Nos analyses se fondent donc sur un total de 42.643 unités.

Procédons à une première lecture des données, en calculant le pourcentage par genre : comment se répartissent les catégories socio-professionnelles selon le genre de l'intervenant.e ?

Tableau 25. Répartition des CSP par genre (2017)

	Hommes	Femmes	Total général
CSP+	12.570 / 41,16%	6.503 / 53,74%	19.073 / 44,73%
Sportif.ve.s professionnel.le.s	9.005 / 29,48%	400 / 3,31%	9.405 / 22,06%
Employé.e.s administratif.ve.s, professions intermédiaires et personnel des services	2.574 / 8,43%	1.608 / 13,29%	4.182 / 9,81%
Ouvrier.ère.s, artisan.e.s, agriculteur.trice.s, employé.e.s non qualifié.e.s	1.872 / 6,13%	368 / 3,04%	2.240 / 5,25%
Forces armées	1.004 / 3,29%	11 / 0,09%	1.015 / 2,38%
Élèves et étudiant.e.s	3.075 / 10,07%	2.738 / 22,63%	5.813 / 13,63%
Retraité.e.s	112 / 0,37%	264 / 2,18%	376 / 0,88%
Inactif.ve.s	49 / 0,16%	14 / 0,12%	63 / 0,15%
Autre	281 / 0,92%	195 / 1,61%	476 / 1,12%
Total général	30.542 / 100,00%	12.101 / 100,00%	42.643 / 100,00%

Nous avons exclu : les personnes dont on ne peut identifier le genre, les groupes comportant plusieurs genres, les personnes transgenres et travesties, les intervenant.e.s dont la catégorie socio-professionnelle n'a pas pu faire l'objet d'une identification ou ne s'est pas avérée pertinente.

Les intervenants masculins comme féminins sont majoritairement représentés en tant que catégorie socio-professionnelle supérieure : cadres, dirigeant.e.s, professions intellectuelles et scientifiques. Toutefois, on note qu'un peu plus de la moitié des femmes dont la profession a pu être identifiée (53,74%) relèvent de ces professions socialement valorisées, pour 41,16% des hommes. Proportionnellement à leur nombre, les femmes sont donc plus fréquemment représentées que les hommes en tant que CSP +. C'est un constat encourageant.

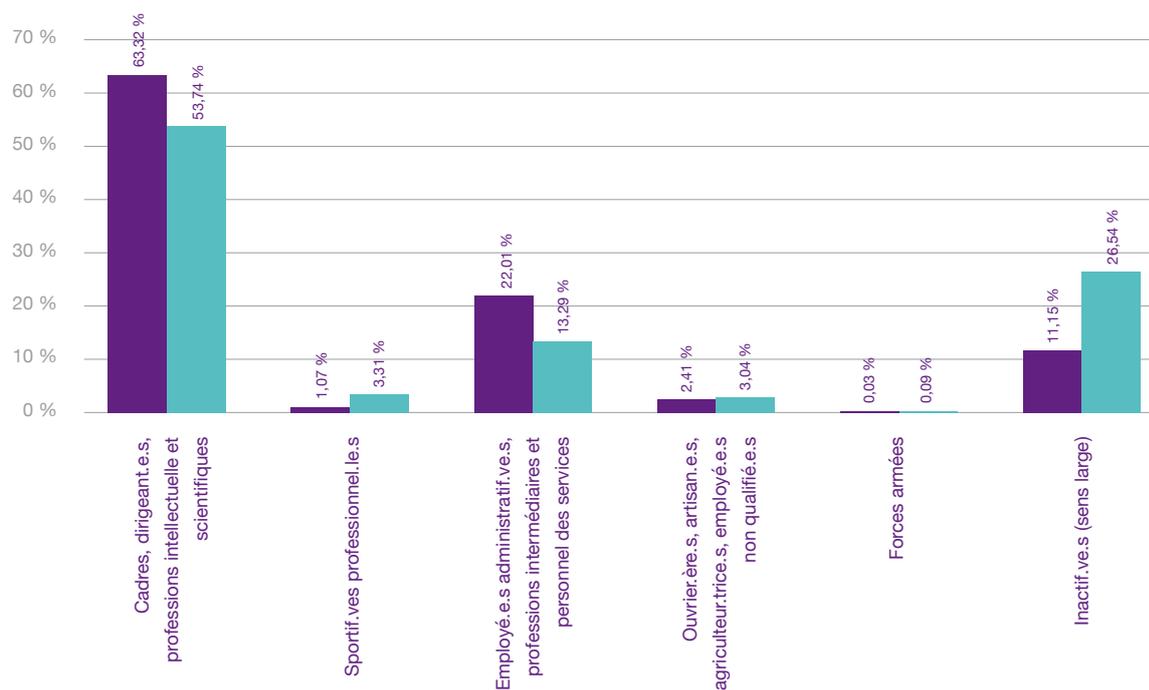
La seconde catégorie professionnelle dans laquelle se concentrent les intervenants masculins est celle de sportif professionnel : elle totalise 29,48% des hommes. En revanche, seulement 3,31% des femmes sont représentées en tant que sportives professionnelles. La deuxième catégorie dans laquelle figurent les intervenantes féminines est celle des élèves et étudiantes : 22,63% des femmes sont représentées en tant que telles pour 10,07% des hommes. On mentionnera encore que

les femmes sont un peu plus fréquemment représentées que les hommes dans des professions intermédiaires et du secteur tertiaire. Tandis que les hommes sont légèrement plus représentés que les femmes dans les professions manuelles (ouvrier.ère.s, artisan.e.s, agriculteur.trice.s).

D'un point de vue diachronique, on observe que les femmes sont, proportionnellement à leur nombre, moins fréquemment représentées en tant que CSP + en 2017 qu'en 2013 (-9,58%). C'est également le cas des hommes (-8,3%). Les femmes sont plus fréquemment représentées en tant que personne inactives en 2017 qu'en 2013 (+15,39%), toutefois dans la majorité des cas, il s'agit d'élèves et d'étudiantes. L'accroissement vaut aussi pour les hommes mais la proportion d'hommes inactifs (singulièrement des étudiants) est moindre. Les femmes sont à peine plus présentes en tant que sportives professionnelles en 2017 qu'en 2013 (+2,24%). Les résultats sont équivalents pour les hommes.

RÉPARTITION DES FEMMES SELON LES CSP / 2013-2017

2013 - 2017



Procédons ensuite à une seconde lecture des données, en calculant le pourcentage par catégorie socio-professionnelle : comment se répartissent les hommes et les femmes dans chaque catégorie socio-professionnelle ?

Tableau 26. Répartition des genres par CSP (2017)

	Hommes	Femmes	Total général
CSP+	12.570 / 65,90%	6.503 / 34,10%	19.073 / 100,00%
Sportif.ve.s professionnel.le.s	9.005 / 95,75%	400 / 4,25%	9.405 / 100,00%
Employé.e.s administratif.ve.s, professions intermédiaires et personnel des services	2.574 / 61,55%	1.608 / 38,45%	4.182 / 100,00%
Ouvrier.ère.s, artisan.e.s, agriculteur.trice.s, employé.e.s non qualifié.e.s	1.872 / 83,57%	368 / 16,43%	2.240 / 100,00%
Forces armées	1.004 / 98,92%	11 / 1,08%	1.015 / 100,00%
Élèves et étudiant.e.s	3.075 / 52,90%	2.738 / 47,10%	5.813 / 100,00%
Retraité.e.s	112 / 29,79%	264 / 70,21%	376 / 100,00%
Inactif.ve.s	49 / 77,78%	14 / 22,22%	63 / 100,00%
Autre	281 / 59,03%	195 / 40,97%	476 / 100,00%
Total général	30.542 / 71,62%	12.101 / 28,38%	42.643 / 100,00%

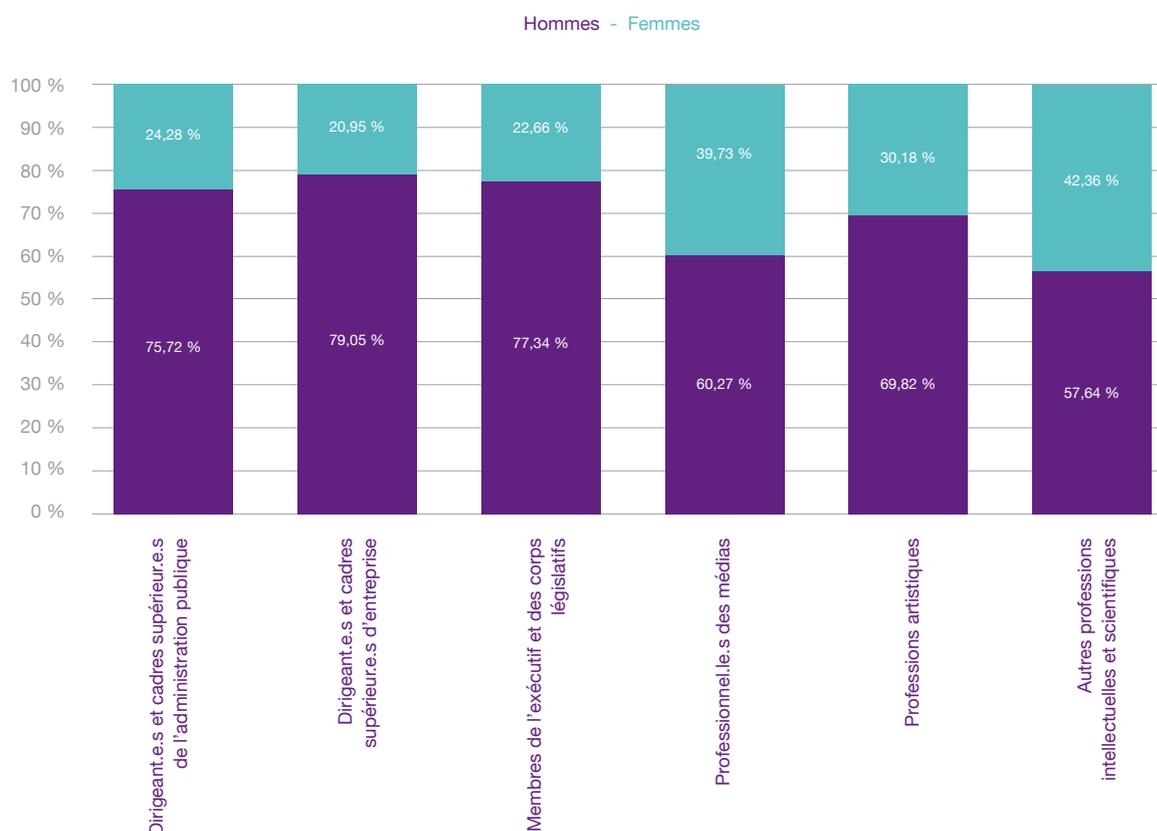
Nous avons exclu : les personnes dont on ne peut identifier le genre, les groupes comportant plusieurs genres, les personnes transgenres et travesties, les intervenant.e.s dont la catégorie socio-professionnelle n'a pas pu faire l'objet d'une identification ou ne s'est pas avérée pertinente.

Le tableau met en exergue que les hommes sont majoritaires dans chacune des catégories socio-professionnelles, à l'exception des retraités. Dans cette dernière catégorie, on observe 70,21% de femmes pour 29,79% d'hommes. Le faible effectif total (376 intervenant.e.s) amène toutefois à considérer avec précaution ces résultats. Les femmes sont les plus représentées au sein des élèves et étudiantes mais aussi des professions intermédiaires et du secteur tertiaire (employé.e.s administratif.ve.s, profession intermédiaires et personnel des services). La première catégorie comporte 52,90% d'hommes pour 47,10% de femmes ; la seconde totalise 38,45% de femmes pour 61,55% d'hommes. Les catégories socio-professionnelles supérieures recensent près de 2/3 d'hommes (65,90%). Toutefois, au sein de ces professions socialement valorisées, on

distingue des réalités différentes. En effet, comme le montre le graphique ci-dessous, on distingue de 20 à 24% de femmes au sein des dirigeant.e.s et cadres supérieur.e.s de l'administration ou des entreprises ainsi qu'au sein des membres des corps législatifs et exécutifs. On recense 30% de femmes dans les professions artistiques, près de 40% s'agissant des professionnels des médias. La proportion la plus élevée de femmes figure parmi les professions intellectuelles et scientifiques au sens strict : 42,36%.

Les professions pour lesquelles la proportion d'hommes est écrasante sont les forces armées, les sportif.ve.s professionnel.le.s et, dans une moindre mesure, les ouvrier.ère.s, artisan.e.s, agriculteur.trice.s.

RÉPARTITION DES INTERVENANT.E.S PAR GENRE DANS LES CSP + / 2017

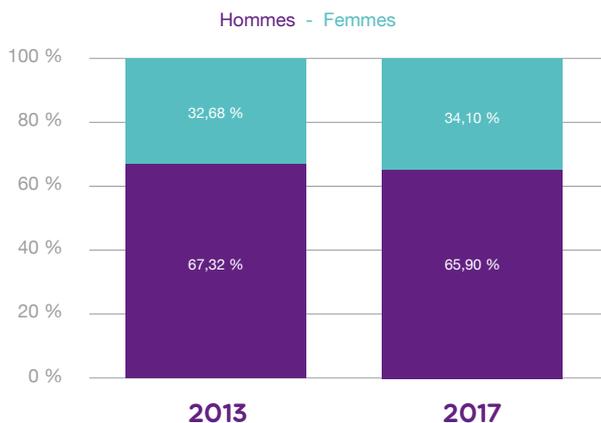


Procédons à une analyse diachronique 2013-2017 de la répartition des intervenant.e.s par genre dans chacune des catégories socio-professionnelle.

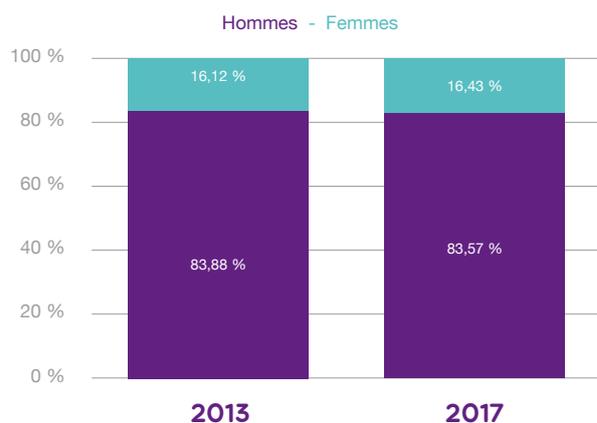
Même si elles sont moins fréquemment représentées dans les catégories socio-professionnelles supérieures en 2017 qu'en 2013 (cf. supra), la proportion de femmes a légèrement augmenté au sein de cette catégorie comparativement à celle des hommes : + 1,42%. Si la représentation des hommes reste écrasante parmi les sportif.ve.s professionnel.le.s, la proportion de femmes y a toutefois légèrement augmenté en 2017 : + 2,83%. La présence des femmes reste faible mais stable dans les professions manuelles et non qualifiées : de 16,12% à 16,43%. En revanche, elle connaît une diminution dans les professions

intermédiaires et du secteur tertiaire : -5,18%. Enfin, si les femmes sont plus fréquemment représentées en tant que personne inactive (au sens large) en 2013 qu'en 2017, elles y sont moins nombreuses que les hommes. La tendance observée en 2013 s'inverse. C'est un constat encourageant. En outre, nous soulignons en 2013 que les femmes représentaient 82,35 % des chômeurs (avec une précaution liée à des occurrences très faibles). Par contre, les retraités étaient essentiellement masculins (on dénombrait 23,81% de femmes). Les tendances sont inversées dans ces deux catégories de personnes inactives en 2017 : parmi les 40 personnes au chômage que nous avons recensées, 31 sont des hommes (soit 77,50%). Parmi les 376 personnes retraitées, 264 sont des femmes (soit 70,21%).

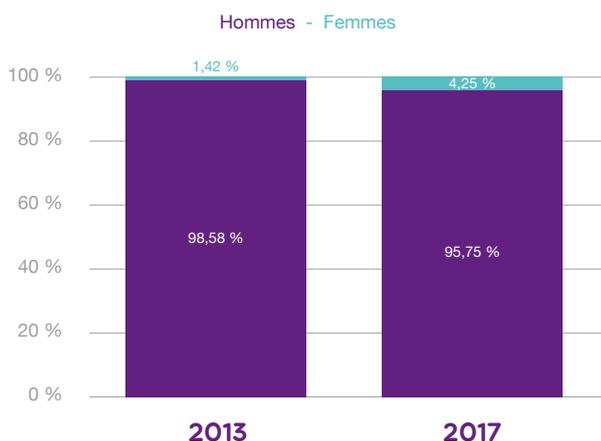
RÉPARTITION DES INTERVENANT.E.S PAR GENRE : CSP + / 2013-2017



RÉPARTITION DES INTERVENANT.E.S PAR GENRE : OUVRIER.ÈRE, ARTISAN.E, AGRICULTEUR.TRICE, EMPLOYÉ.E NON QUALIFIÉ.E / 2013-2017



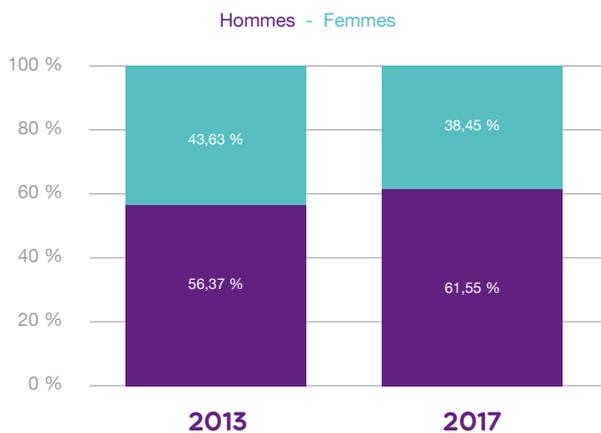
RÉPARTITION DES INTERVENANT.E.S PAR GENRE : SPORTIF.VE PROFESSIONNEL.LE / 2013-2017



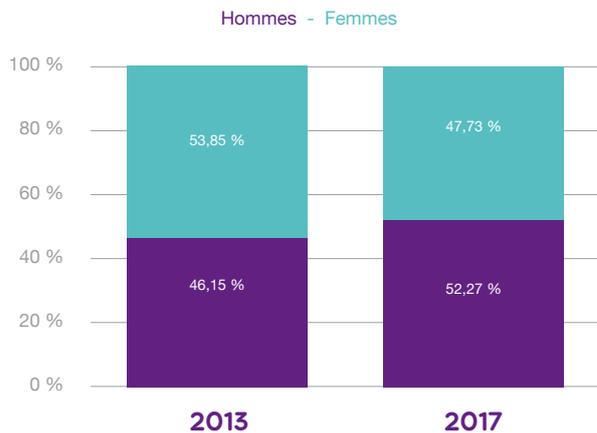
RÉPARTITION DES INTERVENANT.E.S PAR GENRE : FORCES ARMÉES / 2013-2017



RÉPARTITION DES INTERVENANT.E.S PAR GENRE : EMPLOYÉ.E ADMINISTRATIF.VE, PROFESSION INTERMÉDIAIRE, PERSONNEL DES SERVICES / 2013-2017



RÉPARTITION DES INTERVENANT.E.S PAR GENRE : INACTIF.VE.S / 2013-2017



- PARTIE 1 -
TENDANCES
GÉNÉRALES

4.0

L'ÂGE

4.1

L'ÂGE SUR L'ENSEMBLE DES PROGRAMMES

Considérons la question de la répartition des tranches d'âge sur l'ensemble des programmes. Sur les 82.961 intervenant.e.s 13.972 n'ont pas pu faire l'objet d'une identification en termes d'âge et 6.432 renvoient à des groupes comprenant plusieurs tranches d'âge. Nous excluons ces deux catégories de nos analyses. Nous travaillons donc sur un total de 62.557 intervenant.e.s.

Au vu de ce recadrage, on observe dans le tableau ci-dessous que la catégorie d'âge la plus représentée est celle des 19-34 ans : elle rassemble 32,67% des individus encodés dans l'ensemble des programmes. Dans tous les Baromètres effectués depuis 2011, les 19-34 ans constituent la catégorie la plus représentée à l'écran. En outre, une fois encore, cette tranche d'âge est nettement surreprésentée à l'écran comparativement à sa présence réelle dans la population belge. Au 1er janvier 2017, celle-ci est de 20,00% (Voyez : Population par sexe et groupe d'âges pour la Belgique, 2008-2018, <https://bestat.statbel.fgov.be>). En 2017, l'écart entre la présence des 19-34 ans à l'écran et dans la société belge est donc de 12,67%. La tendance au « jeunisme » dans les représentations télévisuelles est ainsi une constante au fil des Baromètres. Toutefois, on observe des évolutions. En effet, la part de cette catégorie d'âge a sensiblement diminué depuis le Baromètre 2013 qui affichait une proportion de 43,73%. Rappelons que la comptabilisation de la diffusion de photos de jeunes femmes dans des annonces de rencontres au sein de l'émission *Profilis* (AB4) avait alors augmenté la proportion d'intervenantes encodées dans cette tranche d'âge. La proportion de personnes de 19 à 34 ans répertoriées dans ce Baromètre 2017 se rapproche de celle enregistrée en 2012 (30,46%).

La seconde catégorie d'âge la plus fréquemment représentée est celle des 35-49 ans, qui rassemble près de 28% des intervenant.e.s. Cette tranche d'âge est également surreprésentée comparativement à sa présence dans la population belge : 20,01% au 1er janvier 2017. Le pourcentage enregistré à l'occasion du Baromètre 2017 est stable comparative-

	%	Effectif
< ou égal à 12	10,06%	6.296
13-18	6,22%	3.892
19-34	32,67%	20.440
35-49	27,99%	17.507
50-64	18,38%	11.496
≥ 65	4,68%	2.926
Total général	100,00%	62.557

Nous excluons les intervenant.e.s qui n'ont pas pu faire l'objet d'une identification en termes d'âge et les groupes comprenant plusieurs tranches d'âge.

ment au précédent. Globalement, la tranche d'âge des 35-49 ans montre relativement peu de variations au fil des analyses. Si les personnes âgées de 19 à 49 ans sont surreprésentées sur les écrans de télévision, d'autres tranches d'âge sont sous-représentées, avec toutefois des amplitudes variables : c'est le cas des enfants de 12 ans ou moins ainsi que des personnes âgées de 65 ans ou plus.

Les enfants de 12 ans ou moins représentent 10,06% des intervenant.e.s dont on a pu identifier l'âge. C'est une augmentation par rapport à 2013 (+2,7%). Rappelons toutefois que notre corpus comporte de nombreux sujets relatifs à la fête des mères ainsi qu'à la polémique liée à l'école qui a décidé de ne pas célébrer cette fête. Ces sujets ont pu faire augmenter légèrement la proportion d'intervenant.e.s de cette tranche d'âge. Ainsi, à l'exception du Baromètre 2012 qui intégrait la période de la rentrée des classes, les analyses montrent que les enfants de 12 ans ou moins restent sous-représentés à l'écran comparativement à leur présence dans la société belge (14,80% au 1er janvier 2017).

La tranche d'âge la plus largement sous-représentée est celle des personnes de 65 ans et plus. Elles constituent 4,68% des intervenant.e.s dont on a pu identifier l'âge, contre 18,50% dans la société belge. L'analyse diachronique de leur distribution au fil des Baromètres montre une constance : les personnes de 65 ans et plus représentent toujours moins de 5% des intervenant.e.s. Apportons toutefois une nuance. En effet, on enregistre une augmentation de 0,94% entre les Baromètres 2013 et 2017. Toutefois la présence de cette tranche d'âge au sein de la population belge tend aussi à croître au fil du temps : elle représentait 17,16% de la population au 1er janvier 2010 et 18,50% sept ans plus tard. Dès lors, l'écart entre l'écran et la population demeure : les personnes de 65 ans et plus sont aujourd'hui 3,95 fois moins présentes dans l'échantillon de programmes que dans la société.

Enfin, on mentionnera que les jeunes âgés de 13 à 18 ans sont proportionnellement aussi nombreux dans la population (6,58%) que dans l'échantillon (6,22%). Nous enregistrons une augmentation d'environ 1% depuis le dernier Baromètre. Quant aux personnes de la tranche d'âge 50 à 64 ans, leur présence est passée de 12,37% à 18,38% (+6,01%). L'écart entre l'écran et la présence de cette catégorie dans la population belge est de -1,73%.

De manière générale, en dépit de catégories d'âges qui demeurent surreprésentées quand d'autres sont sous-représentées, la pyramide des âges se « normalise » un tant soit peu dans le présent Baromètre comparativement à 2013.

Tableau 28. Distribution des âges dans les Baromètres 2011-2017 et dans la société belge

	Baromètre 2011	Baromètre 2012	Baromètre 2013	Baromètre 2017	Belgique au 01.01.2017 (Statbel)
< ou égal à 12	7,59%	13,88%	7,36%	10,06%	14,80%
13-18	3,79%	6,63%	5,24%	6,22%	6,58%
19-34	37,13%	30,46%	43,73%	32,67%	20,00%
35-49	30,91%	26,61%	27,56%	27,99%	20,01%
50-64	17,38%	18,46%	12,37%	18,38%	20,11%
> ou égal à 65	3,20%	3,95%	3,74%	4,68%	18,50%
Total général	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%

Ces tendances générales masquent toutefois de fortes disparités entre les groupes d'éditeurs de services. En effet, si les enfants de 12 ans ou moins, sont globalement sous-représentés, ils sont plus nombreux sur les chaînes de télévision locales (12,53% pour les 12 TVL) que sur celles du groupe RTBF (6,29%), du groupe RTL (10,87%) et des autres télévisions privées (4,24%). Les 19-34 ans sont largement surreprésentés mais cette surreprésentation est accrue sur les « autres télévisions privées » (61,32%). Les jeunes joueurs de football sur Proximus 11 augmentent le nombre d'intervenants de cette catégorie d'âge : 70,88% des intervenant.e.s encodé.e.s sur

cette chaîne ont entre 19 et 34 ans. En revanche, la surreprésentation de cette tranche d'âge est moindre sur les télévisions locales (25,01%). Pour les groupes RTBF et RTL, la proportion d'intervenant.e.s de 19-34 ans diffère peu de la moyenne. Les 35-49 ans sont un peu plus nombreux que la moyenne sur les chaînes du groupe RTBF (31,83%), tout comme le sont les personnes de 65 ans ou plus sur les télévisions locales (5,58%). Enfin, la sous-représentation des personnes de 65 ans et plus vaut pour tous les groupes d'éditeurs. Toutefois l'analyse chaîne par chaîne montre des disparités : ces personnes représentent de 1,29% des intervenant.e.s (AB4) à 10,12% (Ma télé).

4.2

ÂGE ET TYPES DE PROGRAMME

La répartition des classes d'âge par genre de programme montre que dans les magazines et documentaires, le divertissement, le sport et les programmes courts ce sont les 19-34 ans qui totalisent le nombre d'intervenant.e.s le plus élevé. Ils représentent, en effet, 28,16% des intervenant.e.s dans les magazines et documentaires, 34,49% dans le divertissement et jusqu'à 61,49% dans le sport. Dans l'information et la fiction se sont les 35-49 ans qui sont les plus représentés. Détaillons chacun de ces types de programme.

Dans les programmes d'information, on observe deux tendances. D'une part, la proportion des 19-34 ans chute nettement comparativement à la moyenne générale sur l'ensemble des programmes. Cette tranche d'âge représente ici 20,49%

des intervenant.e.s, soit un chiffre comparable à sa présence dans la société belge (20,0%). D'autre part, la tranche d'âge des 35-49 ans est nettement surreprésentée comparativement à sa présence dans la société (+ 12,90%). C'est aussi le cas des personnes âgées de 50 à 64 ans mais dans des proportions moindres (+5,11%). En revanche, les enfants de 12 ans ou moins sont sous-représentés dans les émissions d'information (-5,84%). Cette sous-représentation s'amplifie pour les personnes âgées de 65 ans et plus : l'écart entre l'écran et la société belge est de 11,31%. Notons toutefois qu'avec 7,19% d'intervenant.e.s de 65 ans et plus, les émissions d'information présentent la proportion la plus élevée de tous les genres de programme. Parmi les émissions d'information, c'est dans les journaux télévisés que cette tranche d'âge est la plus présente

Tableau 29. Répartition des âges par genre de programme (2017)

	Fiction	Information	Magazine Documentaire	Divertissement	Sport	Programmes courts	Autre émission	Total général
< ou égal à 12	88 / 11,81%	1.944 / 8,96%	2.255 / 12,80%	174 / 6,24%	565 / 6,13%	742 / 7,80%	528 / 53,60%	6.296 / 10,06%
13-18	49 / 6,58%	1.133 / 5,22%	1.914 / 10,86%	61 / 2,19%	353 / 3,83%	360 / 3,78%	22 / 2,23%	3.892 / 6,22%
19-34	215 / 28,86%	4.445 / 20,49%	4.962 / 28,16%	962 / 34,49%	5.664 / 61,49%	4.176 / 43,88%	16 / 1,62%	20.440 / 32,67%
35-49	246 / 33,02%	7.139 / 32,91%	4.716 / 26,77%	779 / 27,93%	1.755 / 19,05%	2.652 / 27,87%	220 / 22,34%	17.507 / 27,99%
50-64	102 / 13,69%	5.471 / 25,22%	3.081 / 17,49%	642 / 23,02%	783 / 8,50%	1.236 / 12,99%	181 / 18,38%	11.496 / 18,38%
≥ 65	45 / 6,04%	1.560 / 7,19%	691 / 3,92%	171 / 6,13%	91 / 0,99%	350 / 3,68%	18 / 1,83%	2.926 / 4,68%
Total général	745 / 100,00%	21.692 / 100,00%	17.619 / 100,00%	2.789 / 100,00%	9.211 / 100,00%	9.516 / 100,00%	985 / 100,00%	62.557 / 100,00%

Nous excluons les intervenant.e.s qui n'ont pas pu faire l'objet d'une identification en termes d'âge et les groupes comprenant plusieurs tranches d'âge.

Dans les magazines et documentaires, les 13-18 ans, 19-34 ans et 35-49 ans sont surreprésentés comparativement à leur présence dans la société belge (de +4,28% pour les adolescents de 13 à 18 ans à + 8,16% s'agissant des jeunes de 19-34 ans). En revanche, les catégories d'âges les plus jeunes et les plus âgées sont sous-représentées : - 2% pour les enfants ; -2,62% pour les 50-64 ans et jusqu'à -14,58% pour les personnes de 65 ans et plus.

Dans le divertissement, les écarts se creusent s'agissant des catégories d'âge déjà sur- ou sous-représentées sur l'ensemble des programmes. En effet, le divertissement fait partie des genres de programme où les jeunes adultes de 19 à 34 ans

sont les plus fortement représentés : 34,49% (soit 14,49% de plus que la présence de cette tranche d'âge dans la population belge). En revanche, les enfants de 12 ans ou moins y sont représentés à hauteur de 6,24% (soit 8,56% de moins que la présence de cette tranche d'âge dans la population belge) et les personnes âgées de 65 ans ou plus à hauteur de 6,13% (c'est 12,37% en moins que dans la société belge, mais un tout petit peu plus que la moyenne des programmes). Revenons sur la présence des 19-34 ans. Il convient de préciser que l'Eurovision comptabilise à elle seule un peu plus de 2/3 des intervenant.e.s de cette tranche d'âge dans le divertissement. Si l'on filtre l'Eurovision, les 19-34 ans représentent 26,71% des intervenant.e.s des programmes de divertissement.

Dans la fiction, la tranche d'âge des 35-49 ans est celle qui comporte les effectifs les plus élevés (246 occurrences, soit 33,02%). C'est le seul genre de programme où l'on observe cette tendance avec l'information. Soulignons toutefois que les effectifs relatifs aux programmes de fiction sont faibles et les données sont dès lors à considérer avec précautions. Les 35-49 ans sont surreprésentés dans les fictions étudiées : l'écart entre la présence de cette tranche d'âge à l'écran et dans la population est de +13,01%. Les fictions *Joséphine Ange gardien*, *Les vacances de l'amour*, *Meurtre en Auvergne* et *Meurtre sur le lac Léman* concentrent près de la moitié des effectifs de cette classe d'âge. Les 19-34 ans sont également surreprésentés (mais dans des proportions moindres que dans d'autres genres de programme, comme le divertissement, par exemple). Par contre, les personnes dans les tranches les plus âgées sont nettement sous-représentées dans les programmes de fiction par rapport à la société : -6,42% pour les personnes de 50 à 64 ans et -12,34% pour les personnes de 65 ans ou plus.

Dans les programmes courts, les 19-34 ans constituent 43,88% des intervenant.e.s dont on a pu identifier l'âge. On notera que dans plus de 2/3 des cas (69%), ces jeunes adultes sont mis en scène dans les habillages, lieux stratégiques de l'identité des chaînes.

Le sport est le genre de programme où la pyramide des âges est la plus déséquilibrée. Les personnes de 19 à 34 ans représentent 61,49% des intervenant.e.s dont on a pu déterminer l'âge.

Enfin, on notera que dans les « autres émissions », 53,60% des intervenant.e.s sont des enfants de 12 ans ou moins. Il s'agit essentiellement de jeunes participant.e.s à la *Dictée du Balfroid*. L'effectif total de cette catégorie de programme est d'ailleurs assez faible (985 occurrences).

Procédons à une comparaison diachronique. On observe que de 2013 à 2017, les intervenant.e.s de 35 à 49 ans figurent dans des proportions assez similaires dans l'information. Par contre, la proportion d'intervenant.e.s âgé.e.s de 19 à 34 ans a chuté au profit des tranches d'âge les plus jeunes (12 ans ou moins) et les plus âgées (50-64 et 65 ans et plus). Les 50-64 ans connaissent une augmentation de 4,39% depuis le dernier Baromètre. Ceux de 65 ans ou plus de 2,58%. De 2011 à 2017, les personnes de 65 ans ou plus voient leur présence très légèrement augmenter, bien qu'elles restent toujours en deçà de 10% (de 4,34% en 2011 à 7,19% en 2017). Les intervenant.e.s de cette tranche d'âge dans les émissions d'information se situent en majorité dans les journaux télévisés. Quatre chaînes de télévision locale et une chaîne du groupe RTL concentrent dans leurs JT les effectifs les plus élevés de personnes âgées de 65 ans ou plus. La proportion d'enfants de 12 ans ou moins a un peu augmenté comparativement au dernier Baromètre (+2,34%). À cet égard, nous avons déjà pointé les nombreux sujets d'actualité liés à la fête des mères et aux cadeaux (ou à l'absence de cadeaux) dans les écoles. On observe toutefois que la présence d'enfants de 12 ans ou moins dans l'information reste plus faible que celle enregistrée en 2012 lorsque l'échantillon comportait la période de la rentrée des classes. On note ainsi qu'en dehors de cette période toute particulière de l'année, la présence des enfants de 12 ans ou moins dans l'information reste inférieure à 10%.

RÉPARTITION DES CLASSES D'ÂGE DANS L'INFORMATION / 2011-2017



Dans les magazines et documentaires, la proportion de personnes âgées de 19 à 34 ans a aussi diminué depuis 2013 (-7,55%). La redistribution des occurrences s'est faite au profit des 50-64 ans (+3,94%) et des tranches d'âge les plus jeunes : + 5,12% pour les enfants de 12 ans ou moins et + 2,76% pour les adolescents de 13 à 18 ans. Précisons que ces deux dernières classes d'âge se concentrent principalement dans deux

titres de magazines-documentaires : *Au chant du Coq* et *C dans la poche*, programmes largement diffusés sur les télévisions locales. Enfin, après avoir enregistré une légère progression de 2011 à 2013 (en passant de 2,64% à 5,97%), les personnes de 65 ans et plus connaissent en 2017 une nouvelle diminution dans les magazines et documentaires. Elles représentent 3,92% des intervenant.e.s (soit une diminution de 2,05%).

RÉPARTITION DES CLASSES D'ÂGE DANS LES MAGAZINES-DOCUMENTAIRES / 2011-2017



S'agissant du divertissement, les deux évolutions les plus marquantes 2013-2017 concernent, d'une part, la diminution de la proportion d'individus âgés de 19 à 34 ans et, d'autre part, l'augmentation des personnes âgées de 50 à 64 ans. La première tendance peut être expliquée par la comptabilisation en 2013 de l'émission *Profils* (AB4) qui avait alors augmenté la proportion d'intervenantes de cette tranche d'âge. Si l'on filtre l'émission *Profils* des données encodées en 2013, le divertissement recense 37,80% d'intervenant.e.s de 19 à 34 ans (au lieu de 54,90%), un chiffre sensiblement plus proche de celui enre-

gistré en 2017 (34,49%). L'univers ludique du divertissement donne toujours prioritairement à voir et à entendre des individus jeunes (les 19-34 ans sont toujours la catégorie la plus représentée dans le divertissement en 2017) mais les écarts se résorbent. La seconde tendance, peut s'expliquer par la présence dans le corpus 2017 du 1082ème *Cabaret wallon tournaisien*. Celui-ci recense un peu plus du quart des intervenant.e.s de 50 à 64 ans répertorié.e.s dans le divertissement – et un peu plus du tiers des personnes de 65 ans et plus.

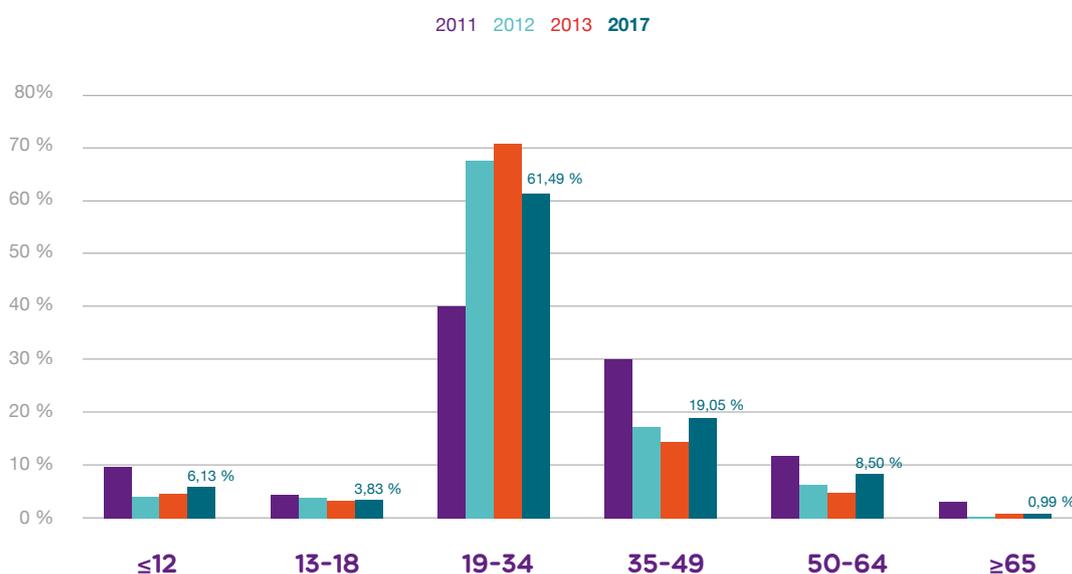
RÉPARTITION DES CLASSES D'ÂGE DANS LE DIVERTISSEMENT / 2011-2017



Si la présence des 19-34 ans est toujours écrasante en 2017 dans les programmes de sport, elle a cependant diminué de 9,44% depuis le Baromètre 2013. Ce dernier Baromètre affichait la plus haute proportion de personnes de 19 à 34 ans dans le sport : 70,93% en 2013, pour 40,39% en 2011, 67,62% en 2012 et 61,49% en 2017.

Enfin, dans la fiction, la proportion de personnes de 35 à 49 ans est devenue plus importante que celle de 19 à 34 ans. De manière générale, les 35-49 ans et les 50-64 ans connaissent une augmentation, à l'exclusion de toutes les autres classes d'âge. Rappelons que les programmes de fiction n'avaient pas fait l'objet de l'analyse en 2011.

RÉPARTITION DES CLASSES D'ÂGE DANS LE SPORT / 2011-2017



RÉPARTITION DES CLASSES D'ÂGE DANS LA FICTION / 2011-2017



4.3

ÂGE ET RÔLE MÉDIATIQUE

Croisons la variable âge avec celle relative au rôle médiatique de l'intervenant.e. Dans 152 cas, l'analyse du rôle ne s'est pas avérée pertinente pour l'analyse. Nous excluons ces cas des calculs à venir.

La catégorie d'âge qui rassemble les effectifs les plus élevés est variable selon le rôle médiatique. Ainsi, dans les rôles de journaliste-animateur.trice et de porte-parole, ce sont les 35-49 ans qui sont les plus nombreux. Ils constituent 50,04% des intervenant.e.s dans le premier rôle et 42,99% dans le second. Parmi les candidat.e.s à un jeu et les figurant.e.s, ce sont 19-34 ans qui sont les plus représentés. Ils totalisent 36,23% des figurant.e.s et jusqu'à 55,56% des candidat.e.s à un jeu.

Par contre, dans le rôle d'expert.e, l'âge des intervenant.e.s est plus élevé : 45,02% des personnes encodées dans ce rôle médiatique appartiennent à la tranche d'âge des 50 à 64 ans. Enfin, le rôle de vox populi est, comme chaque année, plus largement distribué sur les différentes classes d'âge : 22,49% des 19-34 ans, 28,38% des 35-49 ans et 23,73% des 50-64 ans. On remarquera une fois encore que le rôle de vox populi est celui où la proportion de personnes de 65 ans ou plus est la plus élevée. Déjà largement absente de l'écran, cette classe d'âge est associée, lorsqu'elle y figure, à une parole d'affect, de témoignage, d'exemplification vécue.

Tableau 30. Répartition des âges par rôle médiatique (2017)

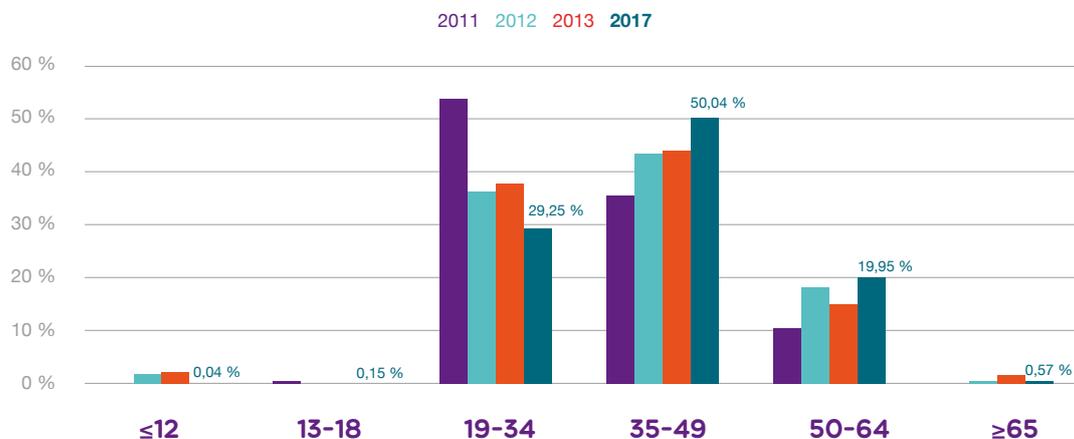
	Journaliste- animateur. trice	Candidat.e à un jeu	Porte-parole	Expert.e	Vox populi	Figurant.e	Personnage de fiction	Total général
< ou égal à 12	1 / 0,04%	0 / 0,00%	0 / 0,00%	0 / 0,00%	814 / 11,07%	5.228 / 11,55%	239 / 8,87%	6.282 / 10,07%
13-18	4 / 0,15%	13 / 6,28%	6 / 0,19%	4 / 0,38%	515 / 7,01%	3.158 / 6,97%	172 / 6,39%	3.872 / 6,20%
19-34	771 / 29,25%	115 / 55,56%	412 / 12,95%	132 / 12,51%	1.653 / 22,49%	16.405 / 36,23%	921 / 34,20%	20.409 / 32,70%
35-49	1.319 / 50,04%	26 / 12,56%	1.368 / 42,99%	391 / 37,06%	2.086 / 28,38%	11.352 / 25,07%	942 / 34,98%	17.484 / 28,02%
50-64	526 / 19,95%	49 / 23,67%	1.282 / 40,29%	475 / 45,02%	1.744 / 23,73%	7.056 / 15,58%	332 / 12,33%	11.464 / 18,37%
≥ 65	15 / 0,57%	4 / 1,93%	114 / 3,58%	53 / 5,02%	538 / 7,32%	2.083 / 4,60%	87 / 3,23%	2.894 / 4,64%
Total général	2.636 / 100,00%	207 / 100,00%	3.182 / 100,00%	1.055 / 100,00%	7.350 / 100,00%	45.282 / 100,00%	2.693 / 100,00%	62.405 / 100,00%

Nous excluons les intervenant.e.s qui n'ont pas pu faire l'objet d'une identification en termes d'âge, les groupes comprenant plusieurs tranches d'âge ainsi que les intervenant.e.s dont l'identification du rôle ne s'est pas avérée pertinente.

Comparons l'évolution de ces rôles médiatiques au fil du temps. En 2011, nous avons souligné la tendance au « jeunisme » dans le rôle de journaliste-animateur.trice. En effet, 53,63% de ceux-ci appartenaient à la tranche d'âge des 19-34 ans. Cette situation s'était atténuée à partir du Baromètre 2012. On constate en 2017 que la proportion de personnes âgées de 19 à 34 ans a encore diminué dans ce rôle médiatique. Elle est de 29,25% (soit une diminution de 8,53% depuis le dernier Baromètre). En

revanche, la proportion d'intervenant.e.s âgés de 35 à 49 ans n'a cessé de croître de 2011 à 2017. Elle est désormais de 50,04%, ce qui constitue une augmentation de 6,29% depuis le dernier Baromètre. Cette classe d'âge est désormais la plus représentée parmi les journalistes-animateurs.trices. Enfin, les personnes de 50 à 64 ans connaissent une progression, non continue, au fil du temps. De 2013 à 2017, leur proportion a augmenté de 5,12% dans ce rôle.

RÉPARTITION DES CLASSES D'ÂGES DANS LE RÔLE DE JOURNALISTE-ANIMATEUR.TRICE / 2011-2017



Alors que les rôles d'expert.e.s et de porte-paroles s'étaient rajeunis en 2013 comparativement à l'année précédente, on observe en 2017 un accroissement de l'âge pour ces rôles discursifs socialement valorisés. En effet, la proportion d'expert.e.s âgé.e.s de 35 à 49 ans est passée de 49,05% à 37,06% (-11,99%) et celle de porte-parole de 47,29% à 42,99% (-4,30%) de 2013 à 2017. En revanche, la tranche des 50-64 ans a vu ses effectifs s'accroître. Elle est passée de 33,33%

à 45,02% (+11,69%) dans le premier rôle et de 34,05% à 40,29% dans le second (+6,24%). Notons que la proportion de personnes de 65 ans ou plus est stabilisée (à 5%) dans le rôle d'expert, après avoir connu une légère mais graduelle progression les années précédentes.

RÉPARTITION DES CLASSES D'ÂGE DANS LE RÔLE D'EXPERT.E / 2011-2017



RÉPARTITION DES CLASSES D'ÂGE DANS LE RÔLE DE PORTE-PAROLE / 2011-2017



Comme les années précédentes, le rôle de vox populi est celui qui apparaît le mieux distribué sur les différentes classes d'âge. On observe en outre que sa distribution 2017 est fort similaire à celle de 2012. La comparaison 2013-2017 met en exergue que la proportion d'enfants de 12 ans ou moins, de personnes de

50 à 64 ans et, dans une moindre mesure, d'adolescents de 13 à 18 ans a connu une augmentation tandis que les 19-34 ans, les 35-49 ans mais aussi les personnes de 65 ans ou plus ont vu leur proportion diminuer dans ce rôle discursif.

RÉPARTITION DES CLASSES D'ÂGE DANS LE RÔLE DE VOX POPULI / 2011-2017

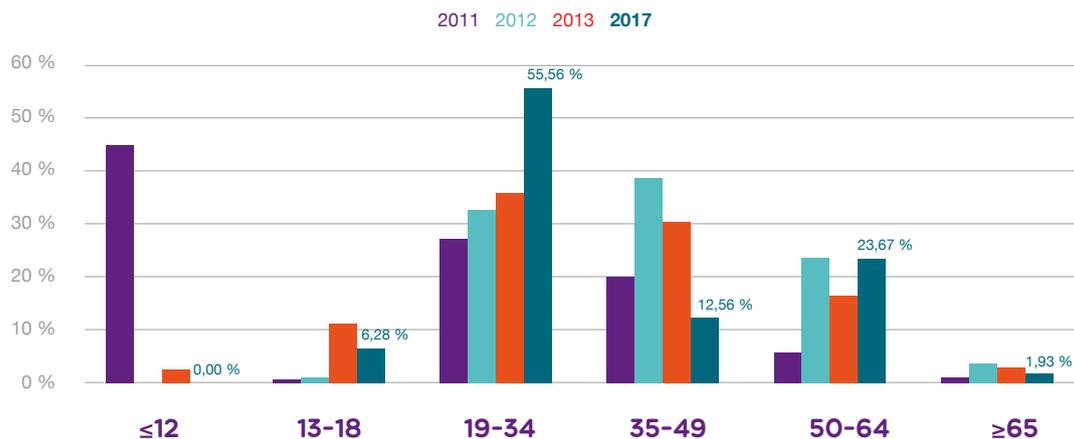


Le rôle de candidat.e à un jeu est à aborder avec précautions car ses effectifs sont faibles en 2017. On dénombre en effet 207 candidat.e.s dont on a pu, par ailleurs, déterminer l'âge. Précisons en outre que les modalités d'encodage « divertissement » et « candidat.e à un jeu » ne se recouvrent pas totalement. En effet, tou.te.s les intervenant.e.s répertorié.e.s dans les émissions de divertissement ne sont pas des candidat.e.s à un jeu. Ils.Elles peuvent être aussi journalistes-animateurs.trices, vox populi, figurant.e.s, etc. Qui plus est, les candidat.e.s à un jeu n'apparaissent pas exclusivement dans le divertissement. On peut parler ou donner la parole à des candidat.e.s à un jeu dans le cadre d'une émission d'information, par exemple (c'est le cas notamment en 2017 dans les sujets consa-

crés à l'Eurovision au sein des journaux télévisés). Une fois formulées ces précisions méthodologiques, revenons sur les résultats.

Le constat de plus marquant en 2017 comparativement aux années précédentes, c'est l'augmentation des 19-34 ans en tant que candidat.e.s à un jeu. Cet accroissement est dû essentiellement à l'intégration de l'Eurovision dans le corpus 2017. La proportion de personnes de 35-49 ans chute nettement (-18,21% de 2013 à 2017) tandis que celle des 50 à 64 ans connaît une augmentation (+6,84%). Les personnes de 50 à 64 ans se concentrent dans trois émissions : le *Septante et un*, *l'Amour est dans le pré* et *La mémoire des rues*.

RÉPARTITION DES CLASSES D'ÂGE DANS LE RÔLE DE CANDIDAT.E À UN JEU / 2011-2017



La distribution des personnages de fiction par âge ne connaît pratiquement pas de variation depuis le Baromètre 2013. Les classes d'âge intermédiaires sont nettement surreprésentées en 2013, comme en 2017. Les 19-49 ans constituent 69,18% des intervenant.e.s.

Enfin, le rôle de figurant.e a connu quant à lui peu d'évolutions, si ce n'est une diminution de la part des 19-34 ans et une augmentation de celles des 50-64 ans. Les jeunes adultes de 19 à 34 ans restent néanmoins les plus présents dans ces rôles contextuels d'arrière-plan.

RÉPARTITION DES CLASSES D'ÂGE DANS LE RÔLE DE PERSONNAGE DE FICTION / 2011-2017



RÉPARTITION DES CLASSES D'ÂGE DANS LE RÔLE DE FIGURANT.E / 2011-2017



4.4 ÂGE ET GENRE

Nous avons étudié la répartition de ces différentes catégories d'âge selon le genre de l'intervenant.e. Nous avons exclu les personnes dont on ne peut identifier le genre, l'âge mais aussi les groupes comportant plusieurs genres et les personnes transgenres et travesties. Nous travaillons donc sur un total de 61.462 intervenant.e.s.

Tableau 31. Répartition des âges selon le genre (2017)

	Hommes	Femmes	Total général
< ou égal à 12	3.338 / 8,36%	2.481 / 11,51%	5.819 / 9,47%
13-18	1.768 / 4,43%	1.852 / 8,59%	3.620 / 5,89%
19-34	13.699 / 34,32%	6.531 / 30,31%	20.230 / 32,91%
35-49	11.368 / 28,48%	6.058 / 28,11%	17.426 / 28,35%
50-64	8.044 / 20,15%	3.437 / 15,95%	11.481 / 18,68%
≥ 65	1.696 / 4,25%	1.190 / 5,52%	2.886 / 4,70%
Total général	39.913 / 100,00%	21.549 / 100,00%	61.462 / 100,00%

Nous excluons les personnes dont on ne peut identifier le genre, l'âge, les groupes comportant plusieurs genres ainsi que les personnes transgenres et travesties.

En 2017, les 19-34 ans constituent la catégorie regroupant le plus d'intervenant.e.s tant pour les hommes que pour les femmes. Ceci est une constante au fil des Baromètres. En revanche, ce qui évolue, c'est la proportion respective d'hommes et de femmes dans cette classe d'âge. En effet, les 19-34 ans sont cette fois-ci plus nombreux chez les hommes que chez les femmes : 34,32% chez les hommes et 30,31% chez les femmes. Les intervenants masculins ne sont donc plus à l'abri d'une tendance accrue au « jeunisme » alors que celle-ci se concentrait plus largement sur les femmes précédemment.

Deux précisions méthodologiques s'imposent pour éclairer ces constats. D'une part, en 2013, l'encodage de l'émission de call-TV *Profils* (AB4) avait gonflé la part des femmes de 19 à 34 ans. Cette émission, et plus largement la call-tv, sont exclues du corpus en 2017, ce qui tend à diminuer la proportion de femmes dans cette tranche d'âge. D'autre

part, le nombre intervenant.e.s sur Proximus 11 a sensiblement augmenté, gonflant la part de jeunes hommes sportifs dans le présent Baromètre. Ainsi, l'exclusion de la call-tv et l'augmentation des intervenant.e.s sur une chaîne de foot a contribué à modifier la distribution des âges des intervenants masculins et féminins.

Si l'on filtre la chaîne thématique Proximus 11, 29,60% des femmes appartiennent à la catégorie 19-34 ans pour 26,87% des hommes. Le jeunisme se focalise dès lors toujours en 2017 davantage sur les femmes que sur les hommes.

L'analyse diachronique de la répartition des femmes selon les catégories d'âge met en exergue une diminution de 20,47% de 2013 à 2017 des intervenantes de 19 à 34 ans. En revanche, toutes les autres tranches d'âge ont connu une augmentation au cours de cette même période. On notera que les intervenantes de 50 à 64 ans ont augmenté de 8,74%, celles de 65 ans ou plus de 2,71%.

RÉPARTITION DES FEMMES SELON LES CATÉGORIES D'ÂGE / 2011-2017



- PARTIE 1 -
TENDANCES
GÉNÉRALES

5.0

LE HANDICAP

5.1

PERSONNES EN SITUATION DE HANDICAP SUR L'ENSEMBLE DES PROGRAMMES

Nous avons répertorié les personnes présentant un handicap visible. Par handicap visible, nous entendons une déficience physique ou mentale qui handicape dans la vie quotidienne, une maladie invalidante pouvant être considérée comme un handicap. La recension du handicap visible à l'écran est établie sur la base d'indices de perception (fauteuil roulant, malformation visible, lunettes de malvoyant, etc.) ou d'indices

fournis par le contexte de l'émission.

Pour 3958 intervenant.e.s, le recensement de cette variable ne s'est pas avéré pertinent. Il s'agit de cas où la personne n'est pas visible à l'écran (par ex. l'intervenant.e qui parle mais qu'on ne voit pas ou que l'on ne voit pas mais dont on parle). Ces intervenant.e.s sont exclu.e.s de l'analyse. Nous travaillons donc sur un total de 79.003 intervenant.e.s.

Tableau 32. Handicap visible (2017)

	Effectifs	Pourcentages
Ne présente pas de handicap visible	77.837	98,52%
Présente un handicap visible	1.166	1,48%
Total général	79.003	100,00%

Nous excluons les intervenant.e.s pour lesquelles le recensement du handicap visible ne s'est pas avéré pertinent -cas où la personne n'est pas visible-.

Sur les 79.003 intervenant.e.s, 1.166 présentent un handicap visible, soit 1,48%. Alors que la représentation des personnes en situation de handicap se stabilisait autour de 0,30% en 2012 et 2013 (0,30% en 2012 et 0,33% en 2013, plus précisément), on observe donc une légère augmentation (+1,15%) depuis le dernier Baromètre.

Ajoutons toutefois une donnée contextuelle : le corpus encodé en 2017 inclut la « semaine du Vivre ensemble » sur les chaînes de télévision locales (vivre ensemble avec les « personnes extraordinaires ») ainsi que le Télédon (celui-ci est axé sur le don d'organe et le don de sang). Ces deux éléments ont contribué à augmenter le nombre de personnes en situation de handicap à l'écran.

5.2

PERSONNES EN SITUATION DE HANDICAP ET TYPES DE PROGRAMME

Croisons les données relatives au handicap avec celles portant sur le type de programme. Procédons d'abord à une première lecture des données : comment se répartissent les 1.166 personnes en

situation de handicap dans les différents genres de programme ? Y-a-t-il une différence de distribution comparativement aux années précédentes ?

Tableau 33. Distribution générique des personnes présentant un handicap visible (2011-2017)

	Baromètre 2011	Baromètre 2012	Baromètre 2013	Baromètre 2017
Fiction	**	2 / 1,71%	29 / 13,68%	3 / 0,26%
Information	62 / 78,48%	43 / 36,75%	77 / 36,32%	602 / 51,63%
Magazine-documentaire	0 / 0,00%	13 / 11,11%	13 / 6,13%	508 / 43,57%
Divertissement	9 / 11,39%	20 / 17,09%	2 / 0,94%	6 / 0,51%
Sport	2 / 2,53%	35 / 29,91%	40 / 18,87%	24 / 2,06%
Programmes courts	2 / 2,53%	3 / 2,56%	49 / 23,11%	23 / 1,97%
Autres émissions	4 / 5,06%	1 / 0,85%	2 / 0,94%	0 / 0,00%
Total général	79 / 100,00%	117 / 100,00%	212 / 100,00%	1.166 / 100,00%

On constate en 2017 que 51,63% des personnes en situation de handicap figurent dans les programmes d'information et 43,57% dans les magazines et documentaires. On constate donc certaines évolutions. En effet, en 2011, 78,48% des personnes en situation de handicap se concentraient dans le genre de l'information. En 2012, la répartition des intervenant.e.s au sein des différents genres TV était moins concentrée (décloisonnement générique). En 2013, nous confirmions la tendance au décloisonnement générique et soulignons que les genres au sein desquels apparaissent les personnes en situation de handicap étaient un peu différents : elles disparaissaient pratiquement du divertissement, diminuaient dans le sport et augmentaient dans la fiction. En 2017, on observe tout d'abord une augmentation du nombre de personnes présentant un handicap visible. Ensuite, on note que la tendance au décloisonnement générique s'efface : l'actualité au sens large (information ainsi que magazines et documentaires) concentre 95,2% des

intervenant.e.s. La proportion de personnes en situation de handicap chute dans la fiction, le sport, les programmes courts. Elles restent en outre pratiquement absentes du divertissement, genre de programme qui cherche pourtant à fédérer le public le plus large possible.

Procédons ensuite à une seconde lecture des données, en calculant le pourcentage par type de programme : comment se répartissent les personnes présentant un handicap visible et ne présentant pas de handicap dans chaque type de programme ? On note que l'information et les magazines-documentaires affichent une proportion d'intervenant.e.s en situation de handicap légèrement supérieure à la moyenne : 2,13% dans l'information et 2,33% dans les magazines et documentaires (pour 1,48% de moyenne sur l'ensemble des programmes). Tous les autres types d'émissions présentent une proportion de personnes en situation de handicap inférieure à 1%.

Tableau 34. Répartition des personnes présentant ou non un handicap visible par type de programme (2017)

	Fiction	Information	Magazine-Documentaire	Divertissement	Sport	Programmes courts	Autre émission	Total général
Ne présente pas de handicap visible	1.041 / 99,71%	27.714 / 97,87%	21.295 / 97,67%	3.445 / 99,83%	11.437 / 99,79%	11.844 / 99,81%	1.061 / 100,00%	77.837 / 98,52%
Présente un handicap visible	3 / 0,29%	602 / 2,13%	508 / 2,33%	6 / 0,17%	24 / 0,21%	23 / 0,19%	0 / 0,00%	1.166 / 1,48%
Total général	1.044 / 100,00%	28.316 / 100,00%	21.803 / 100,00%	3.451 / 100,00%	11.461 / 100,00%	11.867 / 100,00%	1.061 / 100,00%	79.003 / 100,00%

Nous excluons les intervenant.e.s pour lesquelles le recensement du handicap visible ne s'est pas avéré pertinent - cas où la personne n'est pas visible.

5.3

PERSONNES EN SITUATION DE HANDICAP ET RÔLES MÉDIATIQUES

Croisons les données relatives au handicap avec celles portant sur le rôle médiatique.

Penchons-nous tout d'abord sur la distribution des 1.166 personnes en situation de handicap dans les différents rôles médiatiques. Se concentrent-elles sur un rôle particulier ? Y-a-t-il une différence de distribution comparativement aux années précédentes ? Précisons que nous excluons les intervenant.e.s pour lesquelles le recensement du rôle médiatique ne s'est pas avéré pertinent (6 occurrences).

Rappelons qu'en analysant la distribution des rôles médiatiques par genre (hommes, femmes, personnes transgenres et travesties) au début de ce Baromètre, nous avi-

ons observé que le rôle de figurant.e est celui qui concentre le plus grand nombre d'effectifs, quel que soit le genre de l'intervenant.e. Vient ensuite le rôle de vox populi. C'est le même constat que l'on peut formuler lorsqu'on analyse la distribution des personnes en situation de handicap dans les différents rôles médiatiques. Toutefois, en 2017 la proportion d'intervenant.e.s présentant un handicap visible dans ces deux rôles est supérieure à la moyenne générale. On dénombre en effet 83,28% de personnes en situation de handicap dans le rôle de figurant.e (pour 71,51% d'intervenant.e.s de moyenne générale) et 13,62% de vox populi (pour 10,06% d'intervenant.e.s de moyenne générale). Les personnes en situation de handicap sont donc essentiellement cantonnées à ces rôles d'affect et d'arrière-plan.

Tableau 35. Distribution des personnes présentant un handicap visible dans les rôles médiatiques (2011-2017)				
	Baromètre 2011	Baromètre 2012	Baromètre 2013	Baromètre 2017
Journaliste – animateur.trice	0 / 0,00%	0 / 0,00%	1 / 0,47%	10 / 0,86%
Candidat.e à un jeu	0 / 0,00%	0 / 0,00%	0 / 0,00%	0 / 0,00%
Porte-parole	2 / 2,60%	3 / 2,63%	0 / 0,00%	3 / 0,26%
Expert.e	0 / 0,00%	0 / 0,00%	0 / 0,00%	0 / 0,00%
Vox populi	17 / 22,08%	5 / 4,39%	30 / 14,15%	158 / 13,62%
Figurant.e	58 / 75,32%	104 / 91,23%	150 / 70,75%	966 / 83,28%
Personnage de fiction	0 / 0,00%	2 / 1,75%	31 / 14,62%	23 / 1,98%
Total général	77 / 100,00%	114 / 100,00%	212 / 100,00%	1.160 / 100,00%

Nous excluons les intervenant.e.s pour lequel.le.s le recensement du handicap visible ne s'est pas avéré pertinent
- cas où la personne n'est pas visible - ainsi que celui du rôle médiatique

Procédons ensuite à une seconde lecture des données, en calculant le pourcentage par rôle médiatique : comment se répartissent les personnes présentant un handicap visible et ne présentant pas de handicap dans chaque rôle médiatique ?

Tableau 36. Répartition des personnes présentant ou non un handicap visible par rôle médiatique (2017)								
	Journaliste- animateur. trice	Candidat.e à un jeu	Porte-parole	Expert.e	Vox populi	Figurant.e	Personnage de fiction	Total général
Ne présente pas de handicap visible	2.701 / 99,63%	219 / 100,00%	3.217 / 99,91%	1.062 / 100,00%	7.253 / 97,87%	59.569 / 98,40%	3.602 / 99,37%	77.623 / 98,53%
Présente un handicap visible	10 / 0,37%	0 / 0,00%	3 / 0,09%	0 / 0,00%	158 / 2,13%	966 / 1,60%	23 / 0,63%	1160 / 1,47%
Total général	2.711 / 100,00%	219 / 100,00%	3.220 / 100,00%	1.062 / 100,00%	7.411 / 100,00%	60.535 / 100,00%	3.625 / 100,00%	78.783 / 100,00%

Nous excluons les intervenant.e.s pour lequel.le.s le recensement du handicap visible ne s'est pas avéré pertinent
- cas où la personne n'est pas visible - ainsi que celui du rôle médiatique.

Tout d'abord, on note que les rôles discursifs les plus valorisés socialement sont ceux où la présence des personnes en situation de handicap est la plus faible. On observe ainsi 10 occurrences parmi les journalistes-animateur.trice.s (soit 0,37% des intervenant.e.s de cette catégorie), 3 occurrences parmi les porte-paroles (soit 0,09% des intervenant.e.s de cette catégorie) et aucun.e expert.e. De la même manière, les intervenant.e.s en situation de handicap sont exclu.e.s du rôle de candidat.e 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 catégorie socio-professionnelle supérieure et en « bonne » santé.

On remarque à nouveau que les personnes présentant un handicap visible sont un peu plus présentes dans les rôles

secondaires de figurant.e (1,60% des figurant.e.s présentent un handicap visible) et les rôles discursifs fondés sur l'affect, le « pathos », l'expérience (2,13% des vox populi présentent un handicap visible). À l'inverse, comme nous l'avons souligné, les personnes en situation de handicap sont exclues des rôles discursifs fondés sur le « logos ».

La comparaison au fil des Baromètres étaye ces différentes tendances : de 2011 à 2017, les personnes en situation de handicap se concentrent systématiquement dans les rôles passifs de figurant.e et affectifs de vox populi. À chaque édition du Baromètre, elles sont exclues des rôles d'expert.e et de candidat.e à un jeu, c'est-à-dire de la parole d'opinion mais aussi du rêve et de l'univers hédoniste.

5.4

PERSONNES EN SITUATION DE HANDICAP ET MARQUEUR SOCIAL

Nous avons relevé l'éventuelle association de chaque intervenant.e que nous avons encodé.e à un « marqueur social ». On parle de marqueur social lorsque les critères abordés dans la présente étude (genre, âge, origine, profession, handicap) sont traités en tant que thématique. Pour qu'une personne soit associée à un marqueur handicap, il faut que le sujet/thème conditionne son identité médiatique. Par exemple, une personne en situation de handicap est sollicitée non pas au titre naturel de ses compétences (par ex. expert.e, porte-parole voire même vox populi) dans des sujets économiques, culturels, etc. mais précisément en tant que personne handicapée dans un sujet relatif au handicap.

Les Baromètres précédents avaient montré que les personnes en situation de handicap étaient souvent associées à un marqueur social. Ainsi, en 2011, sur les 79 intervenant.e.s présentant un handicap visible, 31 soit 39,24% étaient associées au marqueur social handicap. En 2012, cette proportion était de 43,59% et en 2013, elle descendait à 34,91% (soit 74 intervenant.e.s sur 212). Dans le présent Baromètre, sur 1.166 personnes en situation de handicap, 466 (soit 39,96%) sont associées au marqueur social handicap. La diminution observée en 2013 ne s'est donc pas confirmée. Dans près de 4 cas sur 10, les personnes en situation de handicap sont sollicitées précisément en tant que personne handicapée dans un sujet relatif au handicap.

5.5

PERSONNES EN SITUATION DE HANDICAP ET NIVEAU D'INTERVENTION

Nous avons encodé les intervenant.e.s selon leur type d'intervention : la personne que l'on voit et qui parle, que l'on voit mais qui ne parle pas, qui parle mais qu'on ne voit pas, que

l'on ne voit pas mais dont on parle. Il est intéressant d'observer si le niveau d'intervention diffère selon que la personne présente ou pas un handicap visible.

Tableau 37 : Répartition des niveaux d'intervention selon que la personne présente ou non un handicap visible (2017)

	Ne présente pas de handicap visible	Présente un handicap visible	Total général
Que l'on voit et qui parle	17.497 / 22,48%	173 / 14,84%	17.670 / 22,37%
Que l'on voit mais qui ne parle pas	60.137 / 77,26%	987 / 84,65%	61.124 / 77,37%
Que l'on ne voit pas mais dont on parle	203 / 0,26%	6 / 0,51%	209 / 0,26%
Total général	77.837 / 100,00%	1.166 / 100,00%	79.003 / 100,00%

Nous excluons les intervenant.e.s pour lesquel.le.s le recensement du handicap visible ne s'est pas avéré pertinent
- cas où la personne n'est pas visible

Tant chez les personnes qui présentent un handicap visible que chez celles qui ne présentent pas de handicap visible, la catégorie modale (celle qui comprend les effectifs les plus élevés) est celle où l'on voit les intervenant.e.s alors qu'ils.elles ne parlent pas. Toutefois, on observe des écarts selon que les personnes sont ou non en situation de handicap. En effet, alors que 77,26% des personnes qui ne présentent pas de handicap visible figurent dans ce rôle passif « que l'on voit mais qui ne parle pas », les personnes en situation de handicap

sont 84,65% dans ce rôle (soit un écart de 7,39%). À l'inverse, lorsque le niveau d'intervention est le plus élevé (que l'on voit et qui parle), les personnes en situation de handicap sont proportionnellement moins nombreuses. 14,84% de ces dernières figurent dans ce rôle contre 22,48% des personnes qui ne sont pas en situation de handicap (soit un écart de 7,64%). Les personnes en situation de handicap sont donc plus fréquemment passives à l'écran. C'est une tendance que nous avons déjà observée précédemment.

- PARTIE 2 -
DEUX ANGLES
D'ATTAQUE

1.0

L'INFORMATION

RAPPEL SYNTHÉTIQUE

Rappelons que l'indexation porte sur chaque personne considérée comme « intervenant.e ». Cette unité d'encodage comprend : la personne que l'on voit et qui parle, que l'on voit mais qui ne parle pas, qui parle mais qu'on ne voit pas, que l'on ne voit pas mais dont on parle.

Le genre de l'information rassemble 36,44% des intervenant.e.s encodé.e.s dans cette étude (30.235 sur un total de 82.961). C'est 3,48% de plus qu'à l'occasion du Baromètre 2013. Résumons les principales tendances pour chacune de nos variables de la diversité dans le genre informationnel.

La proportion de femmes dans l'information est de 37,28%. Ainsi, la proportion d'intervenantes a connu une augmentation constante au fil des différents Baromètres : 30,42% en 2011, 31,20% en 2012, 32,20% en 2013 et 37,28% en 2017. Néanmoins, comparativement à leur présence dans la société belge, les femmes restent toujours nettement sous-représentées dans les émissions d'information.

La proportion d'intervenant.e.s issu.e.s de la diversité est de 11,31%. Il s'agit d'un recul de 4,50% depuis 2013 alors qu'une progression significative avait été enregistrée de 2011 à 2013. Ce recul mérite d'être étudié plus avant, en détaillant notamment les spécificités de l'actualité du moment.

S'agissant de la distribution des catégories socio-professionnelles, dans l'information les cadres, dirigeant.e.s, professions intellectuelles et scientifiques représentent 56,54% des intervenant.e.s. Les CSP + sont donc surreprésentées. Il s'agit toutefois d'une diminution comparativement aux Baromètres précédents (de 2013 à 2017, on observe un recul de -5,1%). Cette diminution est une tendance nouvelle car de 2011 à 2013, nous enregistrions une hausse constante

de ces catégories socio-professionnelles supérieures. Précisons que ce recul des CSP + est observable dans tous les genres de programme à l'exception du divertissement.

L'analyse de la pyramide des âges « télévisuelle » sur l'ensemble des programmes, met en exergue une distorsion qui tend à gonfler la classe d'âge des 19-34 ans. Toutefois, dans le genre de l'information, cette distorsion se normalise un peu. Cette tranche d'âge représente 20,49% des intervenant.e.s, soit un chiffre comparable à sa présence dans la société belge (20,0%). En revanche, dans l'information, la tranche d'âge des 35-49 ans est nettement surreprésentée comparativement à sa présence dans la société (+ 12,90%). C'est aussi le cas des personnes âgées de 50 à 64 ans mais dans des proportions moindres (+5,11%). Par contre, les enfants de 12 ans ou moins sont sous-représentés (-5,84%). Cette sous-représentation s'amplifie pour les personnes âgées de 65 ans et plus : l'écart entre les programmes d'information et la société belge est de 11,31%. De 2013 à 2017, les 35-49 ans restent stables dans l'information et donc nettement surreprésentés. Les 19 à 34 ans ont reculé au profit des tranches d'âge les plus jeunes (12 ans ou moins) et les plus âgées (50-64 et 65 ans et plus). Néanmoins, les personnes de 65 ans et plus sont constamment sous-représentées au fil des analyses : 4,37% en 2011, 3,83% en 2012, 4,61% en 2013 et 7,19% en 2017.

Enfin, s'agissant des personnes en situation de handicap, on observe une augmentation globale du nombre d'occurrences. Celle-ci vaut particulièrement pour les programmes d'information (de 77 occurrences en 2013 à 602 en 2017) et les magazines-documentaires (de 13 occurrences en 2013 à 508 en 2017). L'analyse de la répartition des personnes présentant un handicap visible par genre montre que 51,63% de ces personnes figurent dans les programmes d'information. Il s'agit donc du genre télévisuel qui présente le plus grand nombre d'occurrences de personnes en situation de handicap. Le « décloisonnement générique » que nous observions en 2012-2013 tend à s'effacer quelque peu : les personnes en situation de handicap se concentrent dans l'actualité au sens large. La proportion de personnes en situation de handicap chute dans la fiction, le sport, les programmes courts. Elles restent en outre pratiquement absentes du divertissement, genre de programme qui cherche pourtant à fédérer le public le plus large possible.

1.2

LE GENRE INFORMATIONNEL DANS LES DIFFÉRENTS GROUPES D'ÉDITEURS DE SERVICES

Les intervenant.e.s identifié.e.s au sein du genre informationnel se répartissent comme suit entre les différents groupes d'éditeurs de services de médias audiovisuels : 68,38% relèvent des télévisions locales, 17,04% du groupe RTBF, 9,08% du groupe RTL et 5,50% des autres télévisions privées.

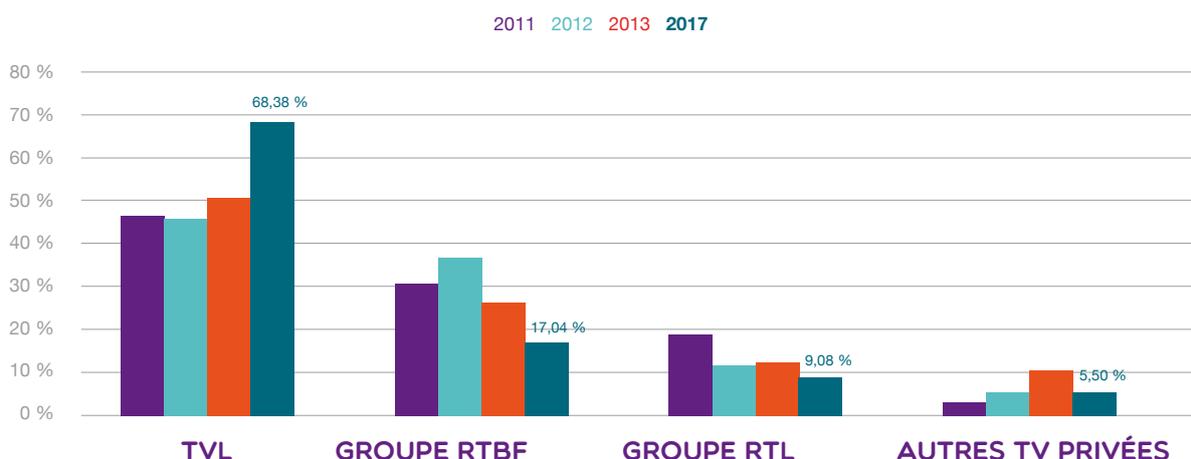
Au sein du genre informationnel, la part des intervenant.e.s des télévisions locales n'a cessé d'augmenter. Elle est passée de 46,68% en 2011 à 68,38% en 2017 (+ 16,67%). Entre 2012 et 2013, cet accroissement avait pu s'expliquer par l'intégration dans le corpus des émissions hors boucles de télévisions locales dont nous ne disposions pas précédemment. De 2013 à 2017, l'augmentation peut être expliquée par le fait que le volume de production propre de ces éditeurs s'est fortement accru au cours des derniers exercices. En outre, rappelons que l'information est le genre que l'on retrouve le plus fréquemment sur les télévisions locales.

Le volume total des intervenant.e.s s'est donc redistribué entre les différents groupes. En raison des variations à la hausse des TVL, la part des autres groupes d'éditeurs dans le volume d'ensemble tend logiquement à diminuer.

Les chaînes de la RTBF rassemblent 17,04% des intervenant.e.s encodé.e.s dans le genre informationnel. C'est 9,24% de moins qu'à l'occasion du Baromètre 2013. Au fil des années, la part des chaînes de cet éditeur s'est réduite dans le corpus, non pas parce que l'information y tiendrait une place plus réduite mais parce qu'il y a une redistribution entre les groupes d'éditeurs encodés. Le groupe RTL enregistre aussi une diminution des intervenant.e.s dans l'information au fil des Baromètres : elle est significative entre 2011 à 2012 (-6,69%), se stabilise un peu entre 2012 et 2013 (-0,53%) et s'accroît à nouveau de 2013 à 2017 (-3,28%). Les intervenant.e.s de cet éditeur représentent donc désormais moins de 10% (9,08%) du volume total des intervenant.e.s du genre informationnel.

Enfin, s'agissant des « autres télévisions privées », la proportion d'intervenant.e.s encodé.e.s dans l'information connaît une nouvelle diminution : de 10,52% en 2013 à 5,50% en 2017. Précisons qu'à l'occasion du Baromètre 2013, les « autres télévisions privées » diffusant de l'information étaient Liberty TV et Canal Z. La première de ces deux chaînes a disparu. Les données 2017 portent donc exclusivement sur Canal Z.

RÉPARTITION DES INTERVENANT.E.S DANS L'INFORMATION PAR GROUPES D'ÉDITEURS DE SERVICES / 2011-2017



1.3

LA PORTÉE DE L'INFORMATION

Les intervenant.e.s repris.e.s en information sont classé.e.s selon la portée du sujet dans lequel ils.elles apparaissent. Celle-ci peut être locale (ville ou région géographique), nationale (Belgique), internationale. Pour cette édition 2017, nous avons ajouté une portée « transversale » lorsque le sujet aborde transversalement différents niveaux géographiques.

Sur les 30.235 intervenant.e.s encodé.e.s dans le genre de l'information, près de 7 sur 10 (69,47%) apparaissent dans un sujet de portée locale ; 16,07% dans un sujet de portée internationale ; 11,65% dans un sujet de portée nationale et seulement 2,82% dans un sujet « transversal ».

Tableau 38. Répartition des intervenant.e.s selon la portée des sujets dans le genre informationnel (2011-2017)

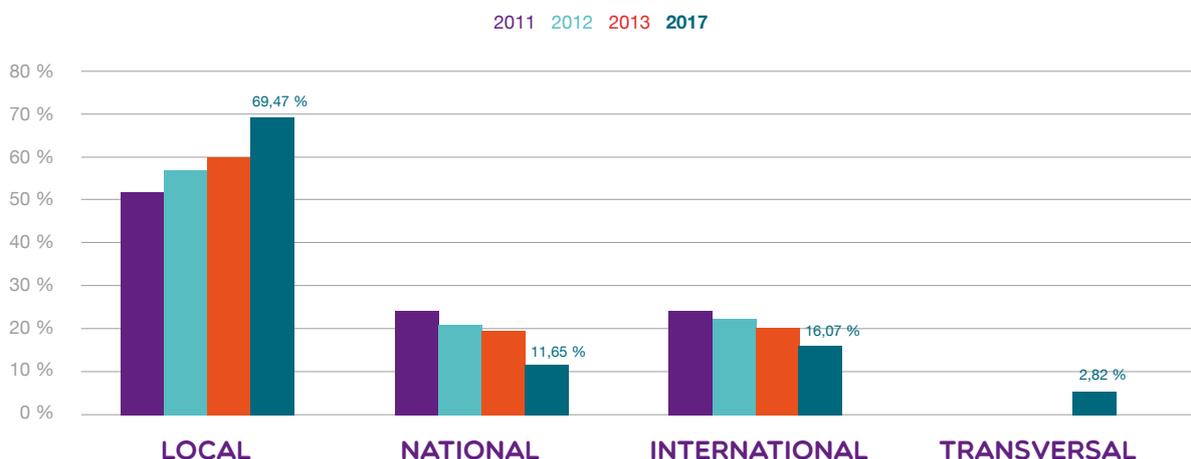
	2011	2012	2013	2017
Local (ville ou région)	6.060 / 51,73%	8.858 / 57,02%	12.061 / 59,93%	21.003 / 69,47%
National (belge)	2.808 / 23,97%	3.188 / 20,52%	3.926 / 19,51%	3.521 / 11,65%
International	2.847 / 24,30%	3.489 / 22,46%	4.137 / 20,56%	4.859 / 16,07%
Transversal	**	**	**	852 / 2,82%
Total général	11.715 / 100,00%	15.535 / 100,00%	20.124 / 100,00%	30.235 / 100,00%

Nous avons relevé plus haut que 68,38% des intervenant.e.s encodé.e.s dans le genre de l'information apparaissent sur les chaînes de télévision locales. Il n'est donc pas étonnant de constater que la portée locale du sujet totalise le plus grand nombre d'effectifs (21.003 unités, soit 69,47%). On relèvera qu'il s'agit d'une constante au fil des Baromètres, même si la proportion des intervenant.e.s dans les sujets de portée locale a augmenté dans le temps (+ 17,44% entre 2011 et 2017).

Les intervenant.e.s dans les sujets de portée nationale et internationale ont décliné continuellement de 2011 à 2017, avec un effet plus marqué entre 2013 et 2017 : -7,86% pour les sujets de portée nationale et -4,49% pour les sujets de portée internationale de 2013 à 2017. L'écart s'est d'ailleurs creusé entre la proportion d'intervenant.e.s dans les sujets de portée nationale et internationale. L'actualité de la semaine encodée

peut expliquer un focus accru sur l'information internationale (comparativement à l'information belge). Elle est en effet marquée principalement par l'investiture d'Emmanuel Macron en tant que Président de la République et par les relations entre le Président Donald Trump et le chef du FBI mais aussi par les affrontements entre partisans et opposants au Président Maduro au Venezuela, l'ancien Président brésilien face à la justice et les tirs de missile de la Corée du nord. Enfin, on mentionnera que nous avons ajouté des sujets d'information de portée « transversale » dans le présent Baromètre, alors que précédemment ils auraient été redistribués sur les autres catégories. Toutefois ces sujets qui combinent plusieurs portées regroupent moins de 3% des intervenant.e.s. Ils ont donc peu d'impact sur la redistribution des effectifs.

RÉPARTITION DES INTERVENANT.E.S SELON LA PORTÉE DES SUJETS D'INFORMATION / 2011-2017



1.3.1

RÉPARTITION DES INTERVENANT.E.S PAR GENRE

Croisons les données relatives à la portée de l'information avec le genre des intervenant.e.s. Quelle est la proportion respective d'hommes et de femmes dans les informations de chaque portée géographique ? Afin de conserver une comparabilité avec les données des trois éditions précédentes du Baromètre, nous avons exclu les personnes dont on ne peut identifier le genre, les groupes comportant plusieurs genres ainsi les personnes transgenres et travesties. Nos analyses portent dès lors sur 26.641 unités.

Tableau 39. Répartition des intervenant.e.s par genre suivant la portée de l'information (2017)

	Local (ville ou région)	National (belge)	International	Transversal	Total général
Hommes	11.265 / 60,21%	2.100 / 66,06%	2.861 / 72,58%	484 / 59,61%	16.710 / 62,72%
Femmes	7.443 / 39,79%	1.079 / 33,94%	1.081 / 27,42%	328 / 40,39%	9.931 / 37,28%
Total général	18.708 / 100,00%	3.179 / 100,00%	3.942 / 100,00%	812 / 100,00%	26.641 / 100,00%

Nous avons exclu les personnes dont on ne peut identifier le genre, les groupes comportant plusieurs genres, les personnes transgenres et travesties

Alors que la proportion de femmes sur l'ensemble des sujets d'information est de 37,28%, on observe des différences à la hausse ou à la baisse par rapport à cette moyenne selon la portée du sujet. En effet, les informations de portée locale comprennent une proportion de femmes légèrement supérieure à la moyenne : 39,79%. En revanche, la proportion de femmes dans les sujets nationaux et internationaux est inférieure à la moyenne : 33,94% dans l'information belge (nationale) et 27,42% dans l'information internationale. Ainsi, au plus la portée de l'information augmente, au plus la pro-

portion d'intervenantes diminue et vice versa. Les sujets de portée transversale comportent la proportion de femmes la plus élevée (40,39%). Mais leur faible effectif amène à considérer ces résultats avec prudence.

Au fil des analyses, on constate que la proportion de femmes augmente de manière inversement proportionnelle à la portée du sujet (plus la portée diminue plus le nombre de femmes augmente). C'est une constante. Néanmoins, au sein des sujets de chaque portée, la proportion de femmes s'est légèrement accrue dans le temps, singulièrement de 2013 à 2017.

RÉPARTITION DES INTERVENANT.E.S PAR GENRE DANS L'INFORMATION LOCALE / 2011-2017

Hommes - Femmes



En effet, dans l'information de portée locale, la proportion de femmes n'a presque pas varié de 2011 à 2013 (quelques dixièmes). Toutefois, elle est passée de 35,36% en 2013 à 39,79% en 2017 (+ 4,43%). Dans l'information de portée internationale la proportion de femmes a varié de 2011 à 2013 suivant un spectre de maximum 1,5%. En revanche, elle est passée de 22,18% à 27,42% de 2013 à 2017 (+5,24%). Dans l'information de portée nationale, nous avons observé un peu plus de variations entre 2011 et 2013 (dont un léger recul en 2013). De 2013 à 2017, la proportion de femmes a connu une augmentation de 2,58%.

RÉPARTITION DES INTERVENANT.E.S PAR GENRE DANS L'INFORMATION NATIONALE / 2011-2017

Hommes - Femmes



RÉPARTITION DES INTERVENANT.E.S PAR GENRE DANS L'INFORMATION INTERNATIONALE / 2011-2017

Hommes - Femmes



On soulignera qu'en dépit de petites évolutions, l'information locale, même si elle accorde plus de place au genre féminin est encore éloignée de la parité. Rappelons que la proportion de femmes dans la société belge au 1er janvier 2017 est de 51%.

1.3.2 RÉPARTITION DES INTERVENANT.E.S PAR ORIGINE

Considérons également la distribution de l'origine perçue selon la portée de l'information. Afin de procéder à une comparaison avec les Baromètres précédents, nous excluons les individus dont l'origine n'a pas pu être déterminée. En outre, la présentation des résultats se fera en deux temps. Dans un premier temps, nous présenterons des données incluant les groupes avec des intervenant.e.s de plusieurs origines (les groupes multiculturels). Dans un second temps, nous excluons les groupes multiculturels afin de prendre exclusivement en considération les intervenant.e.s qui apparaissent à titre individuel, à l'instar des données présentées dans la première partie du Baromètre (Tendances générales).

Analysons d'abord les résultats incluant les groupes multiculturels. Nous travaillons ainsi sur un total de 24.703 intervenant.e.s. Dans les précédentes éditions du Baromètre, nous soulignons qu'au plus l'information est proche, au moins elle laisse la place à des intervenant.e.s issu.e.s de la diversité. Le constat se répète en 2017 : alors qu'on compte 33,50% d'intervenant.e.s issu.e.s de la diversité dans l'information internationale, cette proportion est de 10,94% dans les sujets de portée locale. Il y a en revanche, peu voire pas de différence (moins de 0,50%) entre l'information locale et nationale. Ces deux dernières catégories d'information se situent, du point de vue de la diversité des origines, en dessous de la moyenne générale des programmes d'information (14,29%). Les sujets qui ont une portée transversale se situent également sous cette moyenne.

Tableau 40. Répartition des intervenant.e.s par origine perçue suivant la portée de l'information (2017) – avec groupes multiculturels

	Local (ville ou région)	National (belge)	International	Transversal	Total général
Perçu.e comme « blanc.che »	15.545 / 89,06%	2.497 / 89,50%	2.467 / 66,50%	664 / 88,65%	21.173 / 85,71%
Perçu.e comme issu.e de la diversité	1.909 / 10,94%	293 / 10,50%	1.243 / 33,50%	85 / 11,35%	3.530 / 14,29%
Total général	17.454 / 100,00%	2.790 / 100,00%	3.710 / 100,00%	749 / 100,00%	24.703 / 100,00%

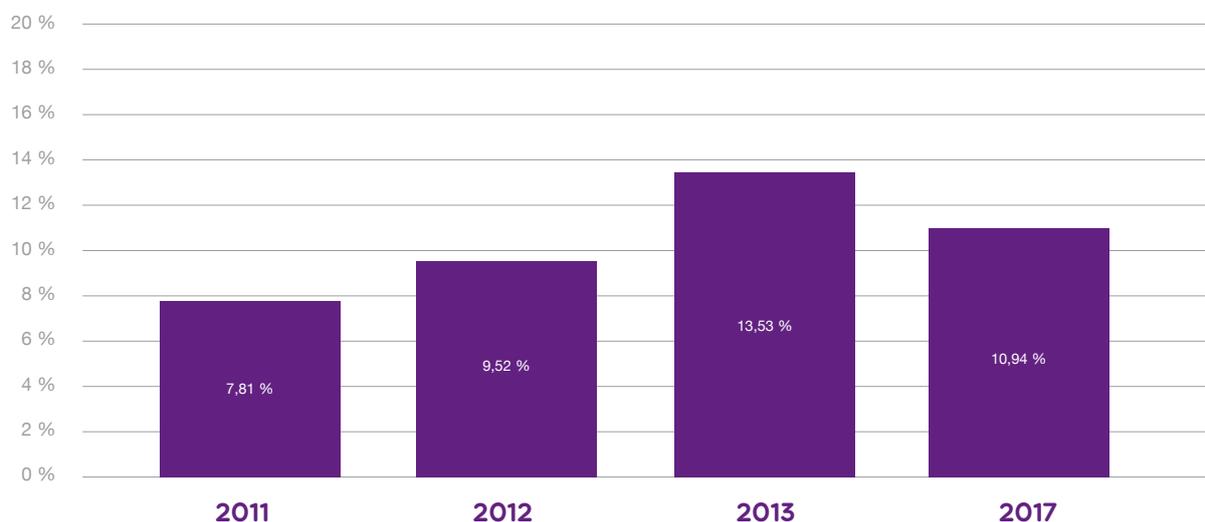
Nous avons exclu les individus dont on ne peut identifier l'origine.

La faible représentation de la diversité dans l'information de portée locale est renforcée par le fait que la proportion de personnes issues de la diversité, après avoir connu une augmentation continue de 2011 à 2013, y a régressé de 2013 à 2017 en passant de 13,53% à 10,94% (-2,59%). L'information de portée nationale a également vu une diminution de la diversité des origines en 2017, après une progression légère mais continue de 2011 à 2013 : 11,77% en 2011, 14,09% en 2012, 15,25% en 2013 mais 10,50% en 2017.

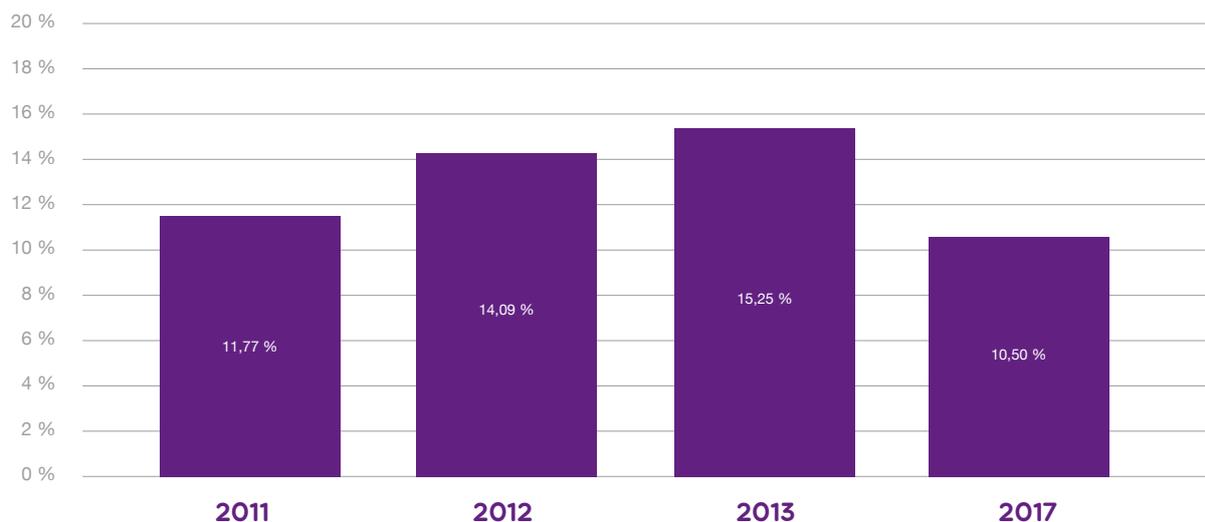
Apportons une précision méthodologique : nous avons ajouté des sujets d'information de portée « transversale » dans le présent Baromètre, alors que précédemment ils auraient été redistribués sur les autres catégories d'information. Toutefois, ces sujets qui combinent plusieurs portées géographiques regroupent 3% du total des intervenant.e.s dont on peut identifier l'origine (749 sur 24.703). On y dénombre par ailleurs 85 intervenant.e.s perçu.e.s comme issu.e.s de la diversité. Ces sujets ont donc peu d'impact sur la redistribution des effectifs²³.

²³ En effet, faisons l'hypothèse que les 85 intervenant.e.s perçu.e.s comme issu.e.s de la diversité encodé.e.s dans l'information « transversale » relèvent tous.toutes de l'information locale. La diversité des origines pour l'information de portée locale s'élèverait alors à 1194 personnes (1.909 + 85) sur un total de 18.203 intervenants (17.454+749), soit 10,95% au lieu de 10,94%. Si les 85 unités étaient redistribués sur l'information nationale, la proportion d'intervenant.e.s issu.e.s de la diversité s'élèverait à 10,68% au lieu de 10,50%. Il y a donc bien une diminution de la diversité dans les informations de portée locale ou nationale, quels que soient les recadrages méthodologiques opérés entre les Baromètres.

**INTERVENANT.E.S PERÇU.E.S COMME ISSUS DE LA DIVERSITÉ
DANS L'INFORMATION LOCALE / 2011-2017 - AVEC GROUPES MULTICULTURELS**



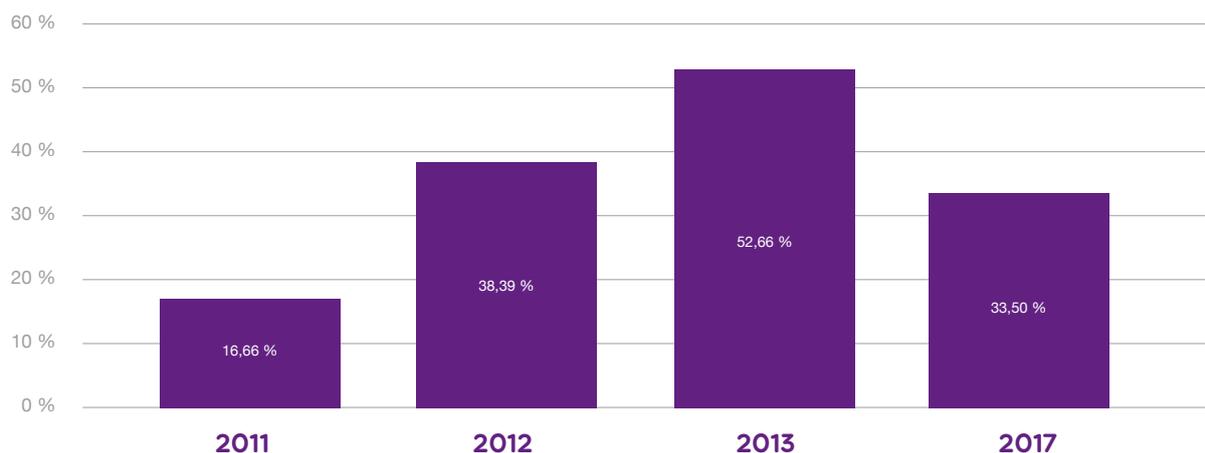
**INTERVENANT.E.S PERÇU.E.S COMME ISSU.E.S DE LA DIVERSITÉ
DANS L'INFORMATION NATIONALE / 2011-2017 - AVEC GROUPES MULTICULTURELS**



Enfin, ce sont toujours les sujets internationaux qui témoignent de la plus grande diversité des origines. Ceci met en exergue que la diversité ethnique qui est représentée à l'écran dans l'information est d'abord une diversité à l'extérieur de nos frontières, présentée dans des rubriques internationales et non locales ou belges. Par ailleurs, on notera que la diversité des origines dans des sujets de portée internationale tend elle aussi à diminuer. Les intervenant.e.s perçu.e.s comme issu.e.s de la diversité sont passé.e.s de 52,66% en 2013 à 33,50% en 2017 (-19,16%). Ces évolutions doivent être analysées à la lumière des spécificités de l'échantillon.

En effet, en 2013 nous soulignons que l'actualité de la semaine encodée braquait les caméras sur le Moyen-Orient et le sud de l'Europe : couverture des réactions dans le monde arabe au film « L'Innocence des Musulmans », conflit en Syrie et, dans une moindre mesure au Liban, crise de la zone Euro. En 2017, l'actualité internationale de la semaine encodée est marquée principalement par l'investiture d'Emmanuel Macron en tant que Président de la République et par les relations entre le Président Donald Trump et le chef du FBI. On retrouve donc une proportion importante d'intervenant.e.s perçu.e.s comme « blanc.he.s » dans l'actualité internationale. Rappelons une fois encore, qu'il n'est pas question ici de biais dans la construction de l'échantillon mais de particularités inhérentes à la couverture à chaud de l'actualité et à la circulation de l'information. Il n'est pas possible en analyse de contenu des médias de construire un échantillon exempt de toute spécificité contextuelle.

INTERVENANT.E.S PERÇU.E.S COMME ISSU.E.S DE LA DIVERSITÉ DANS L'INFORMATION INTERNATIONALE / 2011-2017 - AVEC GROUPES MULTICULTURELS



Analysons ensuite les résultats en excluant les groupes multiculturels – comme dans la première partie du Baromètre. Nous travaillons alors sur un total de 23.873 intervenant.e.s.

Tableau 41. Répartition des intervenant.e.s par origine perçue suivant la portée de l'information (2017) – hors groupes multiculturels

	Local (ville ou région)	National (belge)	International	Transversal	Total général
Perçu.e comme « blanc.che »	15.545 / 91,92%	2.497 / 92,17%	2.467 / 70,30%	664 / 89,37%	21.173 / 88,69%
Perçu.e comme issu.e de la diversité	1.367 / 8,08%	212 / 7,83%	1.042 / 29,70%	79 / 10,63%	2.700 / 11,31%
Total général	16.912 / 100,00%	2.709 / 100,00%	3.509 / 100,00%	743 / 100,00%	23.873 / 100,00%

Nous avons exclu les individus dont on ne peut identifier l'origine et les groupes multiculturels.

Lorsqu'on exclut les groupes multiculturels, on voit que la diversité des origines diminue dans toutes les catégories d'information, quelle que soit la portée. Les personnes perçues comme issu.e.s de la diversité passent sous la barre symbolique des 10% dans l'information locale et nationale (respectivement 8,08% et 7,83%). Elles représentent donc moins d'un.e intervenant.e sur dix dans ce type de sujet.

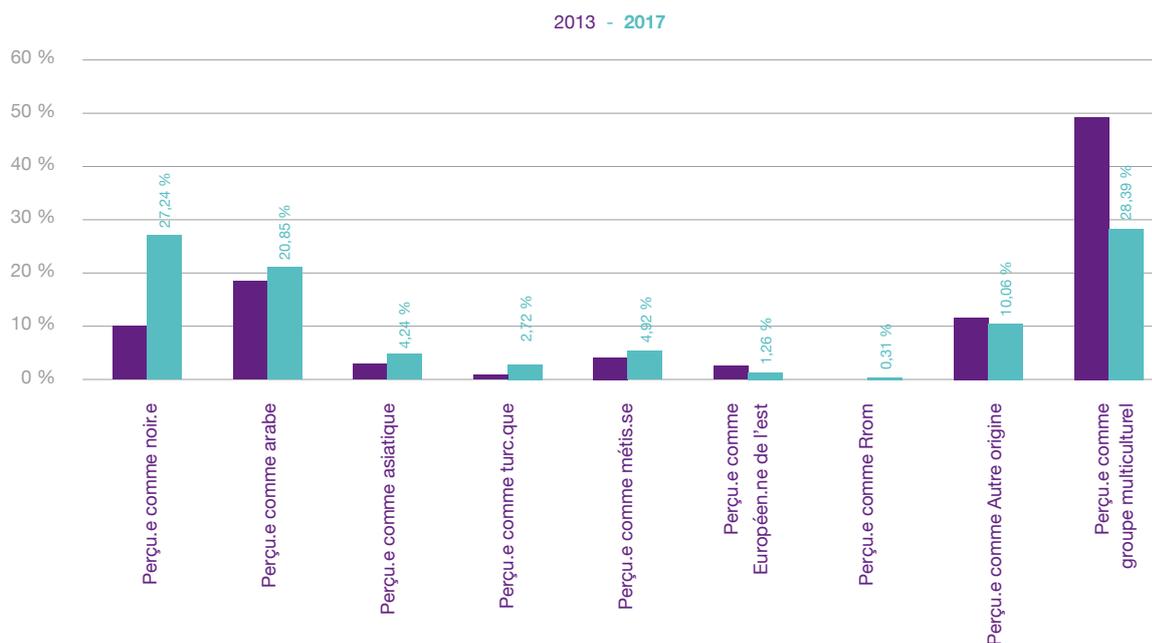
Ainsi, lorsqu'on exclut les groupes multiculturels, la tendance selon laquelle la diversité présentée à l'écran se situe avant tout hors de nos frontières est confortée. La diversité des origines est peu représentée dans notre environnement quotidien (local ou national), elle vient surtout de la médiatisation d'un « ailleurs ». Elle prend forme lorsque les caméras sont braquées sur les pays étrangers.

Intégrons à nouveau les groupes multiculturels. Comment se répartissent au fil du temps les intervenant.e.s perçu.e.s comme issu.e.s de la diversité (3.530 = 100%) dans les informations de différentes portées ?

Nous avons observé dans les précédentes éditions du Baromètre que la faible présence de la diversité des origines dans l'information locale et nationale était renforcée par le fait que, lorsqu'elles sont médiatisées, les personnes issues de la diversité sont essentiellement abordées en tant que « groupe », soit comme des individus désincarnés de toute individualité. En 2013, nous relevions que 49,36% des intervenant.e.s perçu.e.s comme issu.e.s de la diversité étaient abordés en tant que groupe multiculturel dans l'information de portée locale. Cette proportion était de 43,67% dans l'information nationale et de 16,91% dans celle de portée internationale.

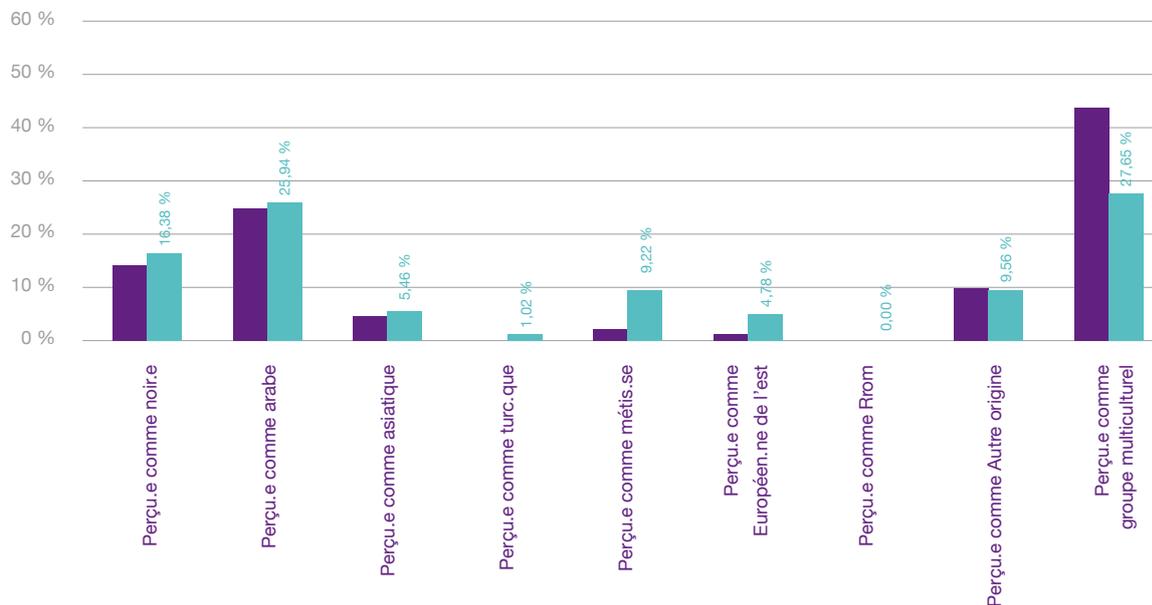
En 2017, on note que cette logique de « collectivisation » a nettement diminué. Dans l'information de portée locale, les groupes multiculturels représentent désormais 28,39% des intervenant.e.s perçu.e.s comme issu.e.s de la diversité. C'est toujours près de 3 sur 10 mais cela représente néanmoins une diminution de 20,97%. Il en va de même pour l'information de portée nationale : les groupes multiculturels représentent désormais 27,65% des intervenant.e.s perçu.e.s comme issu.e.s de la diversité, soit une diminution de 16,02%. En revanche, l'appréhension des individus en tant que groupe multiculturel est stable dans l'information internationale : elle totalise 16,17% des effectifs.

RÉPARTITION DES INTERVENANT.E.S PERÇU.E.S COMME ISSU.E.S DE LA DIVERSITÉ DANS L'INFORMATION LOCALE / 2013-2017 - AVEC GROUPES MULTICULTURELS



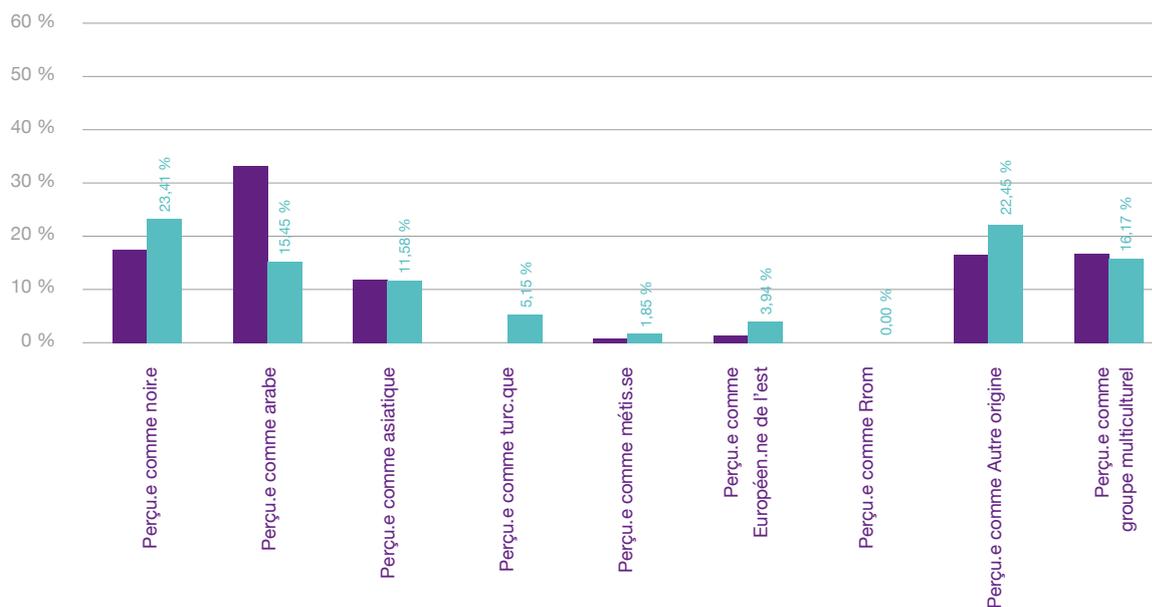
RÉPARTITION DES INTERVENANT.E.S PERÇU.E.S COMME ISSU.E.S DE LA DIVERSITÉ DANS L'INFORMATION NATIONALE / 2013-2017 - AVEC GROUPES MULTICULTURELS

2013 - 2017



RÉPARTITION DES INTERVENANT.E.S PERÇU.E.S COMME ISSU.E.S DE LA DIVERSITÉ DANS L'INFORMATION INTERNATIONALE / 2013-2017 - AVEC GROUPES MULTICULTURELS

2013 - 2017



Bien qu'en 2017 les groupes multiculturels constituent toujours la catégorie modale (celle qui comporte les effectifs les plus élevés) pour l'information locale et nationale, les écarts se résorbent. Ainsi, dans l'information de portée locale, les origines les plus représentées se répartissent comme suit : les groupes multiculturels (28,39%), les intervenant.e.s perçu.e.s comme noir.e.s (27,24%), les intervenant.e.s perçu.e.s comme arabes (20,85%), les autres origines perçues (10,06%). Les programmes *Vivre ici*, *#m* et plusieurs journaux télévisés des télévisions locales concentrent l'essentiel des effectifs. Dans l'information de portée nationale, la distribution est un peu différente puisque les intervenant.e.s perçu.e.s comme arabes sont davantage représenté.e.s. Les origines les plus représentées se distribuent comme suit : les groupes multiculturels (27,65%), les intervenant.e.s perçu.e.s comme arabes (25,94%), les intervenant.e.s perçu.e.s comme noir.e.s (16,38%) et les autres origines perçues (9,56%). Ces différentes origines se concentrent plus spécifiquement dans les JT *Le 13 heures*, *Le 19h30* et dans *Z Eco News*. Enfin dans l'information internationale, la distribution des origines est un peu différente. Les intervenant.e.s perçu.e.s comme noir.e.s représentent 23,41% des intervenant.e.s, les autres origines perçues 22,45% (il s'agit essentiellement de personnes perçues comme hispaniques), les groupes multiculturels 16,17%, les intervenant.e.s perçu.e.s comme arabes 15,45% et perçu.e.s comme asiatiques 11,58%. Ces intervenant.e.s se concentrent plus spécifiquement dans les JT *Le 13 heures*, *Le 19h30* et, dans une moindre mesure, *Le 19 heures*.

Enfin, si la diversité des origines est peu représentée dans notre environnement quotidien (local ou national), les différentes chaînes de télévision locales renvoient à des réalités différentes. En effet, comme nous l'avons déjà souligné de 2011 à 2013, la distribution de l'origine perçue dans le genre informationnel présente de fortes différences selon les éditeurs de services.

Le tableau ci-dessous présente pour chaque éditeur de services, la proportion d'intervenant.e.s issu.e.s de la diversité par rapport au nombre total d'intervenant.e.s. Nous y avons inclus les groupes multiculturels. Plusieurs constats découlent de ce tableau. Tout d'abord, on observe des disparités fort importantes entre les chaînes. La moyenne des douze télévisions locales est de 10,70% – elle est très proche de la proportion de la diversité dans les sujets d'information de portée locale (10,94%). Quatre des douze chaînes sont au-dessus de cette moyenne : BX1, Antenne Centre, RTC Télé Liège, Télé MB. Comme nous l'avons déjà pointé dans le Baromètre 2013, la distribution de la diversité sur les chaînes suit la répartition géographique de l'immigration étrangère dans sa composante historique (Voyez à ce sujet Kesteloot C. in Khader, B. *et al.*, 2006).

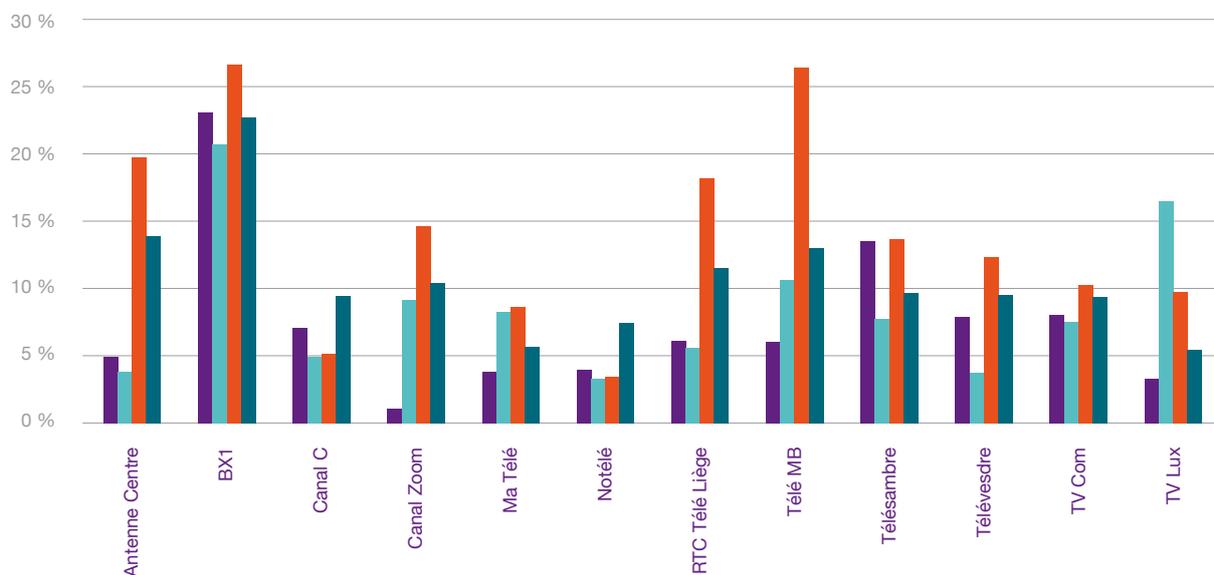
BX1 se détache plus largement dans la mesure où 22,74% des intervenant.e.s sont issu.e.s de la diversité (soit 12% au-dessus de la moyenne des télévisions locales). En revanche, les intervenant.e.s issu.e.s de la diversité représentent 10% ou moins sur Canal Zoom, Canal C, Ma Télé, TéléSambre, Télévesdre, TV Com, Notélé et TV Lux. Ensuite, on observe que dix télévisions locales sur douze enregistrent un recul de la diversité des origines entre 2013 et 2017. Ce recul est supérieur à 10% pour Télé Mons Borinage (-13,40%). Il est supérieur à 5% pour RTC Télé Liège (-6,71%) et Antenne centre (-5,92%). Il est inférieur à 5% pour BX 1 (-3,86%), Canal Zoom (-4,16%), Ma Télé (-2,93%), TéléSambre (-4,05%), Télévesdre (-2,89%) et TV Lux (-4,34%). Il est inférieur à 1% pour TV Com (-0,90%). De 2012 à 2013, seule une chaîne enregistrait une diminution de la proportion de personnes perçues comme issues de la diversité.

Tableau 42. Intervenant.e.s perçu.e.s comme issu.e.s de la diversité dans l'information sur les télévisions locales (2011-2017) – avec groupes multiculturels

	Baromètre 2011	Baromètre 2012	Baromètre 2013	Baromètre 2017
Antenne Centre	4,92%	3,83%	19,81%	13,89%
BX1	23,08%	20,72%	26,60%	22,74%
Canal C	7,12%	4,94%	5,14%	9,51%
Canal Zoom	1,12%	9,16%	14,63%	10,47%
Ma Télé	3,86%	8,28%	8,65%	5,72%
Notélé	4,02%	3,35%	3,45%	7,42%
RTC Télé Liège	6,14%	5,58%	18,23%	11,52%
Télé MB	6,05%	10,63%	26,46%	13,06%
TéléSambre	13,57%	7,76%	13,74%	9,69%
Télévesdre	7,88%	3,77%	12,40%	9,51%
TV Com	8,11%	7,59%	10,32%	9,42%
TV Lux	3,32%	16,56%	9,81%	5,47%

INTERVENANT.E.S PERÇU.E.S COMME ISSU.E.S DE LA DIVERSITÉ DANS L'INFORMATION SUR LES TÉLÉVISIONS LOCALES / 2011-2017 - AVEC GROUPES MULTICULTURELS

2011 2012 2013 2017



La diversité des origines s'intègre de plusieurs manières dans les sujets des informations. Ainsi, on observe des sujets qui font intervenir des intervenant.e.s issu.e.s de différents horizons culturels au titre naturel de leurs compétences (par exemple : des élèves dans les sujets consacrés à la préparation des cadeaux de fête des mères, des étudiants paramédicaux, des gamers dans un salon de gameplay, des youtubers et des créateurs d'applications, des musiciens dans un festival, etc.) et des sujets spécifiquement consacrés à la diversité, à la coopération interculturelle ou au vivre-ensemble (par exemple : des sujets consacrés aux manifestations de soutien aux personnes sans papiers, aux spectacles culturels mettant en scène des personnes sans papiers, un reportage sur un centre d'accueil pour migrants, etc.). On observe aussi des sujets qui explorent la question du repli communautaire et la thématique de la radicalisation (par exemple : la pièce de théâtre Jihad, une conférence sur la radicalisation, etc.).

Enfin, nous avons observé l'une ou l'autre séquence qui abordent la diversité de manière « intersectionnelle », c'est-à-dire en étudiant l'imbrication des différents marqueurs d'identité d'une personne – genre, origine, orientation sexuelle ... – sur les discriminations multiples qu'elle peut vivre²⁴. C'est le cas par exemple d'une séquence de #m sur BX1 consacrée aux difficultés rencontrées par les demandeurs d'asile LGBTQI en Belgique dans le cadre de la journée internationale contre l'homophobie et la transphobie.

²⁴ Ce concept d'intersectionnalité, popularisé à la fin des années 1980 par la juriste africaine-américaine Kimberlé Crenshaw, permet de mesurer l'impact des discriminations multiples (selon des critères de genre, de prétendue race, de sexualité, de classe, d'âge ou de handicap) en se plaçant aux points d'intersection de ces catégories créées par les systèmes de domination. Voir : CRENSHAW, Kimberlé, « Demarginalizing the Intersection of Race and Sex: A Black Feminist Critique of Antidiscrimination Doctrine, Feminist Theory and Antiracist Politics », *University of Chicago Legal Forum*, Vol.1, 1989.

1.3.3

RÉPARTITION DES INTERVENANT.E.S PAR ÂGE

Considérons la répartition des âges suivant la portée de l'information. Aux fins de l'analyse, nous excluons les intervenant.e.s dont l'âge n'a pas pu faire l'objet d'une identification ainsi que les groupes

comprenant plusieurs tranches d'âge. Nos analyses portent dès lors sur un total de 21.692 intervenant.e.s.

Tableau 43. Répartition des intervenant.e.s par âge selon la portée de l'information

	Local (ville ou région)	National (belge)	International	Transversal	Total général
< ou égal à 12	1.666 / 10,73%	118 / 4,72%	153 / 5,14%	7 / 1,01%	1.944 / 8,96%
13-18	1.002 / 6,45%	22 / 0,88%	105 / 3,53%	4 / 0,58%	1.133 / 5,22%
19-34	2.979 / 19,19%	621 / 24,86%	677 / 22,74%	168 / 24,28%	4.445 / 20,49%
35-49	4.809 / 30,98%	992 / 39,71%	1.049 / 35,24%	289 / 41,76%	7.139 / 32,91%
50-64	3.835 / 24,70%	634 / 25,38%	805 / 27,04%	197 / 28,47%	5.471 / 25,22%
> ou égal à 65	1.234 / 7,95%	111 / 4,44%	188 / 6,32%	27 / 3,90%	1.560 / 7,19%
Total général	15.525 / 100,00%	2.498 / 100,00%	2977 / 100,00%	692 / 100,00%	21.692 / 100,00%

Nous excluons les intervenant.e.s dont l'âge n'a pas pu faire l'objet d'une identification ainsi que les groupes comprenant plusieurs tranches d'âge.

Le tableau met en évidence qu'au sein de toutes les catégories d'information, c'est la tranche d'âge des 35-49 ans qui est la plus représentée : 30,98% dans l'information de portée locale, 39,71% dans l'information de portée nationale, 35,24% dans l'information de portée internationale et 41,76% dans les sujets transversaux. Elle est par ailleurs nettement surreprésentée comparativement à sa présence réelle dans la société belge, soit 20,01% (cf. supra). La classe d'âge des 50-64 ans fait également partie des classes d'âge surreprésentées, mais dans des proportions moindres, au regard de sa présence dans la société belge. À l'exception de l'information de portée nationale qui a tendance à les surreprésenter nettement (+4,86%), la proportion de 19-34 ans s'écarte relativement peu de leur présence dans la société belge. Les effectifs assez faibles de l'information de portée transversale nous amènent à considérer avec précautions ces résultats. En revanche, les personnes âgées de 65 ans et plus sont très fortement sous-représentées. Elles constituent 7,95% des effectifs dans l'information de portée locale, 4,44% dans celle de portée nationale et enfin 6,32%

dans celle de portée internationale. Cette sous-représentation – au regard de leur présence dans la société – est donc plus forte dans les informations de portée nationale (-14,06%) et internationale (-12,18%) que locale (-10,55%). La part des enfants de 12 ans ou moins et des adolescents de 13 à 18 ans est plus élevée dans l'information locale que nationale et internationale. L'information belge est celle qui présente le déséquilibre le plus important.

La lecture transversale de ces données permet de formuler deux constats. D'une part, les classes d'âge aux extrémités de la pyramide des âges font l'objet d'une sous-représentation dans toutes les catégories d'information. D'autre part, on constate que l'information de portée locale est celle qui tend à déséquilibrer le moins la pyramide des âges. Les différences les plus marquées résident dans la surreprésentation des 35-49 ans (déséquilibre de +10,97%) et la sous-représentation des 65 ans et plus (déséquilibre de -10,55%). Nous avons formulé exactement le même constat en 2013.

L'analyse diachronique 2011-2017 montre que la pyramide des âges est la moins déséquilibrée dans l'information de portée locale. Comparativement à 2013, on observe une légère augmentation des enfants de 12 ans ou moins, en lien notamment avec les sujets relatifs à la fête des mères. Le pic de jeunes enfants observé en 2012 est à mettre en lien avec les spécificités de l'échantillon : il comportait alors la période de la rentrée des classes. Les adolescents connaissent peu de variations. La différence la plus marquée concerne la mé-

diatisation des 19-34 ans. Cette tranche d'âge connaît une diminution de près de 8% de 2013 à 2017 (-7,82%). Les 35-49 ans connaissent une légère diminution. En revanche, les classes les plus âgées ont vu leurs effectifs augmenter. On notera que les personnes de 65 ans et plus sont passées de 4,00% à 7,95% de 2011 à 2017.

RÉPARTITION DES INTERVENANT.E.S PAR CLASSES D'ÂGE DANS L'INFORMATION LOCALE / 2011-2017



RÉPARTITION DES INTERVENANT.E.S PAR CLASSES D'ÂGE DANS L'INFORMATION NATIONALE / 2011-2017



La pyramide des âges est plus déséquilibrée dans l'information de portée nationale, et ce au fil du temps. En outre, si les variations au sein des catégories d'âge ont été assez marquées de 2011 à 2013, les écarts sont significativement moins importants entre 2013 et 2017 (3,6% maximum). Les

35-49 ans sont constamment surreprésentés et cela a même tendance à s'accroître. Les plus jeunes et les plus âgés font l'objet d'une sous-représentation chronique. Les proportions ne varient pratiquement pas.

RÉPARTITION DES INTERVENANT.E.S PAR CLASSES D'ÂGE DANS L'INFORMATION INTERNATIONALE / 2011-2017



Très largement surreprésentés en 2012 et 2013 dans l'information de portée internationale en raison des championnats du monde d'athlétisme, et plus globalement de l'actualité sportive, mais aussi en raison des mouvements de contestation suite au film « L'innocence des musulmans », les 19-34 ans reculent de 11,39% de 2013 à 2017. Les autres catégories d'âge varient au sein d'un spectre n'excédant pas 3,4%. Les plus jeunes et les plus âgés font également l'objet d'une sous-représentation chronique.

1.3.4 RÉPARTITION DES INTERVENANT.E.S PAR CATÉGORIE SOCIO-PROFESSIONNELLE

Nous avons répertorié la catégorie socio-professionnelle lorsqu'elle est mentionnée ou identifiable grâce au contexte. Nous excluons les intervenant.e.s qui n'ont pas pu faire l'objet d'une identification en termes de CSP, pour lesquels cette classification ne s'est pas avérée pertinente ou qui rassemblent plusieurs professions (groupes). Nous travaillons dès lors sur un total de 16.043 intervenant.e.s.

Comme le montre le tableau, quelle que soit la portée de l'information, ce sont les catégories socio-professionnelles supérieures qui présentent la plus grosse proportion d'intervenant.e.s. Cette proportion est accrue dans l'information internationale et les sujets de portée transversale (toutefois les effectifs totaux de cette catégorie sont faibles). Ainsi, dans l'information de portée internationale les cadres, dirigeant.e.s, professions intellectuelles et scientifiques

représentent près de 7 intervenant.e.s sur 10 (69,21%). Dans l'information de portée nationale et locale cette proportion est respectivement de 53,60% et 52,09%. L'information nationale laisse plus de place aux employé.e.s administratif.ve.s, professions intermédiaires et personnel des services (26,31%) que l'information locale (12,74%) et surtout internationale (7,02%). De la même manière, elle laisse un peu plus de place aux ouvrier.ère.s, artisan.e.s et agriculteur.trice.s mais les écarts avec les sujets de portée locale et internationale sont plus faibles. Les forces armées sont plus représentées dans les sujets d'information de portée internationale. Elles sont donc principalement médiatisées à l'extérieur de nos frontières. Enfin, les personnes inactives au sens large sont nettement plus représentées dans l'information locale (23,37%) que nationale (4,34%) et internationale (7,42%).

Tableau 44. Répartition des intervenant.e.s par CSP suivant la portée de l'information (2017)

	Local (ville ou région)	National (belge)	International	Transversal	Total général
CSP +	5.553 / 52,09%	1.198 / 53,60%	1.735 / 69,21%	584 / 91,25%	9.070 / 56,54%
Sportif.ve.s professionnel.le.s	507 / 4,76%	103 / 4,61%	181 / 7,22%	23 / 3,59%	814 / 5,07%
Employé.e.s administratif.ve.s, professions intermédiaires et personnel des services	1.358 / 12,74%	588 / 26,31%	176 / 7,02%	6 / 0,94%	2.128 / 13,26%
Ouvrier.ère.s, artisan.e.s et agriculteur.trice.s, employé.e.s non qualifié.e.s	716 / 6,72%	212 / 9,49%	126 / 5,03%	15 / 2,34%	1.069 / 6,66%
Forces armées	36 / 0,34%	37 / 1,66%	103 / 4,11%	1 / 0,16%	177 / 1,10%
Inactif.ve.s (sens large)	2.491 / 23,37%	97 / 4,34%	186 / 7,42%	11 / 1,72%	2.785 / 17,36%
Total général	10.661 / 100,00%	2.235 / 100,00%	2.507 / 100,00%	640 / 100,00%	16.043 / 100,00%

Nous excluons les intervenant.e.s qui n'ont pas pu faire l'objet d'une identification en termes de CSP, pour lesquels cette classification ne s'est pas avérée pertinente ou qui rassemblent plusieurs professions -groupes-.

Détaillons ces différentes catégories socio-professionnelles (CSP) pour avoir plus de nuances dans nos analyses.

Observons d'abord les CSP +. La catégorie des dirigeant.e.s et cadres supérieur.e.s est nettement plus présente dans l'information internationale et nationale que locale : 29,00% et 26,49% dans les deux premières pour 14,84% dans la dernière. Au sein de cette catégorie professionnelle, l'information internationale se focalise davantage sur les membres de l'exécutif et des corps législatifs alors que l'information nationale répartit davantage ses effectifs entre ces dernier.e.s et les dirigeant.e.s et cadres supérieur.e.s d'entreprise. Le focus de l'information internationale sur les membres de l'exécutif et des corps législatifs s'explique d'abord par les sujets consacrés à l'investiture d'Emmanuel Macron et à la formation de son gouvernement et ensuite par la visite du Président Donald Trump à Bruxelles. Les professions intellectuelles et scientifiques constituent l'essentiel des CSP +, quelle que soit la portée du sujet d'information. Elles sont toutefois plus présentes dans l'information internationale (40,21%) et locale (37,25%) que nationale (27,11%). Parmi ces professions, c'est toujours les professionnel.le.s des médias qui sont les plus représenté.e.s, surtout dans les informations locales. L'auto-monstration de cette catégorie socio-professionnelle est toujours marquée dans les Baromètres, singulièrement dans l'information des villes et régions. Ainsi, si dans les informations locales on retrouve 52,09% de CSP +, les professionnel.le.s des médias en constituent déjà 21,20%. Dans l'information nationale les professions intellectuelles et scientifiques se distribuent sur les professionnel.le.s des médias mais aussi les « autres professions intellectuelles et scientifiques ». Enfin, dans l'information internationale, outre les professionnel.le.s des médias, ce sont les professions artistiques qui concentrent les effectifs des professions intellectuelles et scientifiques. Ce résultat peut s'expliquer par le nombre de sujets consacrés au festival de Cannes.

Considérons ensuite les employé.e.s administratif.ve.s, professions intermédiaires et personnel des services. Si cette catégorie socio-professionnelle totalise en moyenne 13,26% des effectifs, on observe qu'elle occupe plus de place dans l'information nationale (26,31%) que locale ou internationale. L'analyse du détail des professions permet d'expliquer ces différences. En effet, on observe que le personnel des services et les vendeur.euse.s de magasins et de marchés regroupent 12,62% des 26,31% observés dans l'information nationale. Il s'agit pour beaucoup d'agents de police – répertoriés dans la classification INS comme personnel des services – dans des sujets consacrés au contexte sécuritaire, au sommet de l'OTAN ou à la visite de Donald Trump à Bruxelles.

Quelle que soit la portée de l'information, les ouvrier.ère.s, artisan.e.s, agriculteur.trice.s, conducteur.trice.s et employé.e.s non qualifié.e.s sont extrêmement sous-représenté.e.s : ils.elles représentent toujours moins de 10% des effectifs avec des nuances selon les professions. Le détail des professions montre que les artisan.e.s sont très légèrement plus présent.e.s dans l'information de portée locale ; les conducteur.trice.s d'installation et de machines le sont un peu plus dans l'information de portée nationale tout comme les ouvrier.ère.s et employé.e.s non qualifié.e.s. De manière générale les sujets de portée internationale laissent moins de place à ces catégories socio-professionnelles. Enfin, les personnes inactives au sens large sont nettement plus représentées dans l'information locale (23,37%) que nationale (4,34%) et internationale (7,42%). Le détail des professions montre que les élèves et étudiant.e.s représentent 19,44% des 23,37% d'inactif.ve.s observé.e.s dans l'information de portée locale. On notera aussi que cette dernière est pratiquement la seule à faire intervenir des personnes retraitées. En effet, les retraités représentent 2,83% des intervenant.e.s (302 unités) dans les sujets de portée locale contre 0,04% dans l'information nationale et 0% dans les sujets internationaux et transversaux.

Les sportif.ve.s professionnel.le.s sont davantage représenté.e.s dans l'information de portée internationale (7,22%) que nationale ou locale. Le focus sur l'Europa League et La Ligue des champions explique cette tendance. Rappelons qu'en 2012, nous observions un pic dans la proportion de sportif.ve.s dans l'information de portée internationale (20,58%) en raison de l'intégration dans le corpus des championnats du monde d'athlétisme.

Tableau 45. Détail des CSP suivant la portée de l'information (2017)

	Local (ville ou région)	National (belge)	International	Transversal	Total général
Dirigeant.e.s et cadres supérieur.e.s	1.582 / 14,84%	592 / 26,49%	727 / 29,00%	101 / 15,78%	3.002 / 18,71%
Dirigeant.e.s et cadres supérieur.e.s de l'administration publique	405 / 3,80%	70 / 3,13%	49 / 1,95%	0 / 0,00%	524 / 3,27%
Dirigeant.e.s et cadres supérieur.e.s d'entreprise	346 / 3,25%	242 / 10,83%	81 / 3,23%	5 / 0,78%	674 / 4,20%
Membres de l'exécutif et des corps législatifs	831 / 7,79%	280 / 12,53%	597 / 23,81%	96 / 15,00%	1.804 / 11,24%
Professions intellectuelles et scientifiques	3.971 / 37,25%	606 / 27,11%	1.008 / 40,21%	483 / 75,47%	6.068 / 37,83%
Professionnel.le.s des médias	2.260 / 21,20%	347 / 15,53%	419 / 16,71%	447 / 69,84%	3.473 / 21,65%
Professions artistiques	965 / 9,05%	30 / 1,34%	348 / 13,88%	4 / 0,63%	1.347 / 8,40%
Autres professions intellectuelles et scientifiques	746 / 7,00%	229 / 10,25%	241 / 9,61%	32 / 5,00%	1.248 / 7,78%
Sportif.ve.s professionnel.le.s	507 / 4,76%	103 / 4,61%	181 / 7,22%	23 / 3,59%	814 / 5,07%
Professions intermédiaires	625 / 5,86%	149 / 6,67%	73 / 2,91%	1 / 0,16%	848 / 5,29%
Employé.e.s de type administratif	134 / 1,26%	157 / 7,02%	19 / 0,76%	0 / 0,00%	310 / 1,93%
Personnel des services et vendeur.euse.s de magasins et de marchés	599 / 5,62%	282 / 12,62%	84 / 3,35%	5 / 0,78%	970 / 6,05%
Agriculteur.trice.s et ouvrier.ère.s qualifié.e.s de l'agriculture et de la pêche	100 / 0,94%	11 / 0,49%	23 / 0,92%	2 / 0,31%	136 / 0,85%
Artisan.e.s et ouvrier.ère.s de type artisanal	177 / 1,66%	27 / 1,21%	18 / 0,72%	6 / 0,94%	228 / 1,42%
Conducteur.trice.s d'installation et de machines et ouvrier.ère.s de l'assemblage	100 / 0,94%	67 / 3,00%	31 / 1,24%	0 / 0,00%	198 / 1,23%
Ouvrier.ère.s et employé.e.s non qualifié.e.s	339 / 3,18%	107 / 4,79%	54 / 2,15%	7 / 1,09%	507 / 3,16%
Forces armées	36 / 0,34%	37 / 1,66%	103 / 4,11%	1 / 0,16%	177 / 1,10%
Élèves et étudiant.e.s	2.073 / 19,44%	42 / 1,88%	105 / 4,19%	8 / 1,25%	2.228 / 13,89%
Retraité.e.s	302 / 2,83%	1 / 0,04%	0 / 0,00%	0 / 0,00%	303 / 1,89%
Inactif.ve.s	26 / 0,25%	14 / 0,63%	3 / 0,12%	0 / 0,00%	43 / 0,27%
Autres	90 / 0,84%	40 / 1,79%	78 / 3,11%	3 / 0,47%	211 / 1,32%
Total général	10.661 / 100,00%	2.235 / 100,00%	2.507 / 100,00%	640 / 100,00%	16.043 / 100,00%

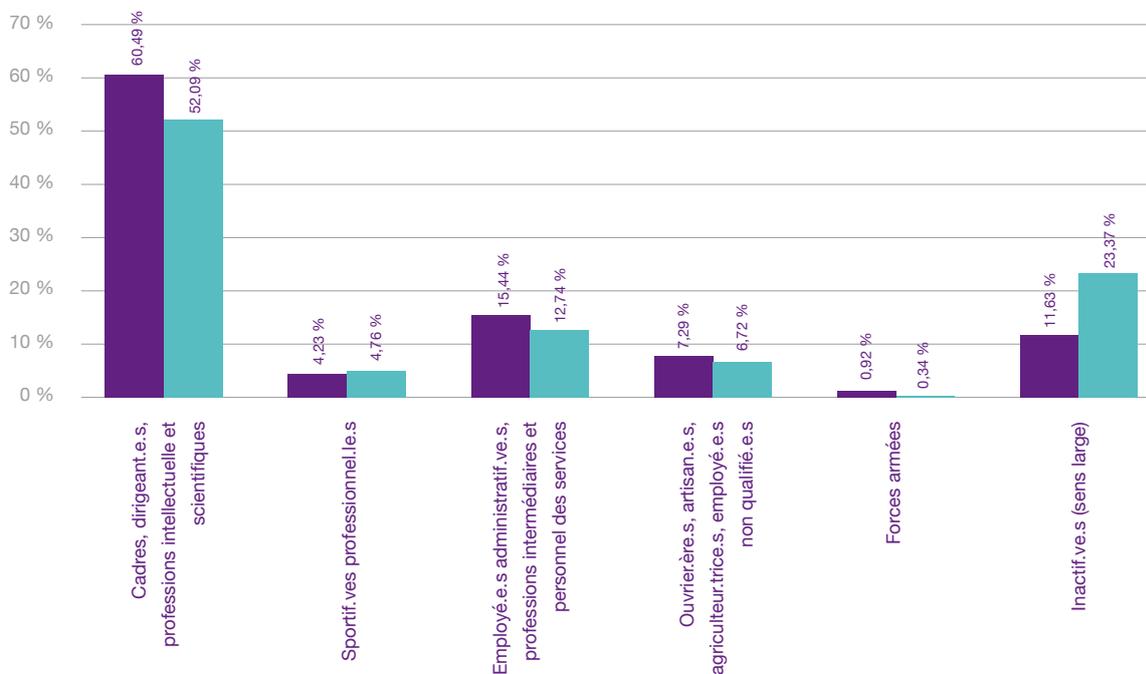
Nous excluons les intervenant.e.s qui n'ont pas pu faire l'objet d'une identification en termes de CSP, pour lesquel.le.s cette classification ne s'est pas avérée pertinente ou qui rassemblent plusieurs professions -groupes-.

Procédons à l'analyse diachronique 2013-2017. Dans l'information de portée locale, on note que la part des catégories socio-professionnelles supérieures a diminué de 8,40% tandis que celle des inactif.ve.s a augmenté (+11,74%). C'est l'inverse de ce que nous observions de 2012 à 2013. Des sujets en lien avec la rentrée académique ou une actualité judiciaire particulière avaient marqué le corpus 2013 et augmenté les CSP+. On ne les retrouve plus en 2017, ce qui peut expliquer la première tendance. Quant à l'accroisse-

ment des personnes inactives, elle est essentiellement liée à une représentation plus forte des élèves et étudiant.e.s dans une diversité de sujets (blocus, jeunes et internet, des jeunes rencontrent des personnes en situation de handicap, échanges scolaires, découvertes de métiers, concours mini entreprise, etc.) et plus particulièrement celui de la fête des mères. Les autres catégories socio-professionnelles restent relativement stables.

RÉPARTITION DES CSP DANS L'INFORMATION DE PORTÉE LOCALE / 2013-2017

2013 - 2017

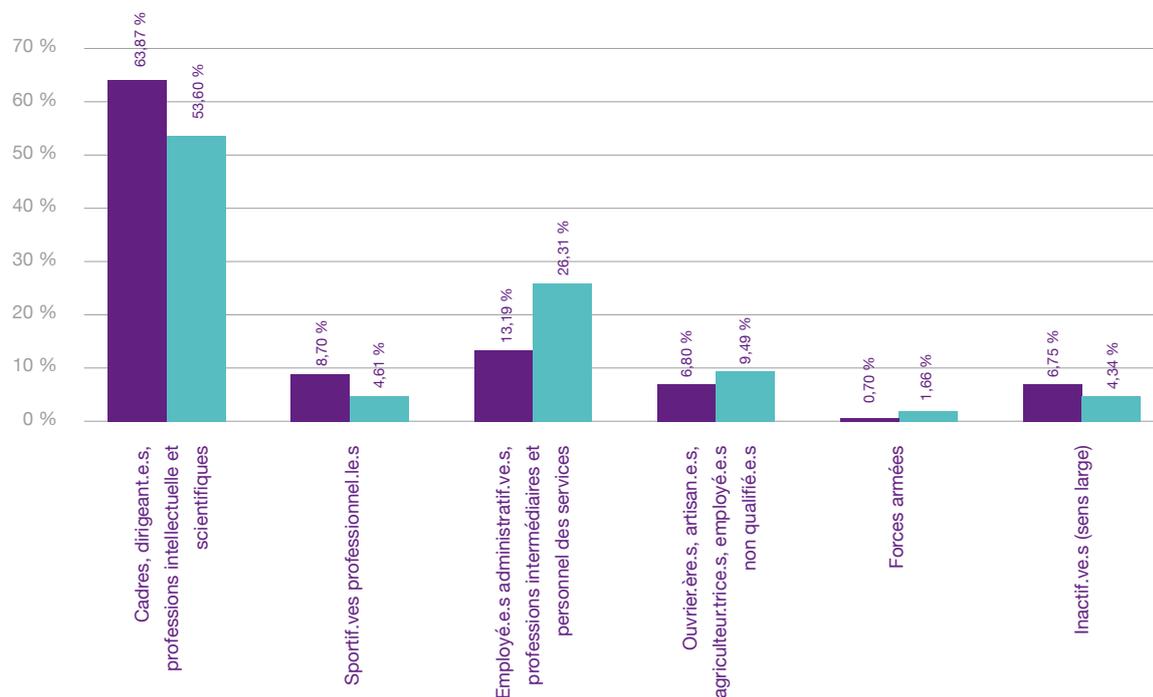


L'information de portée nationale est marquée également par une diminution conséquente des CSP + (-10,27%) au profit principalement des professions intermédiaires et du secteur tertiaire qui connaissent une augmentation de 13,12%. On notera que parmi ces professions, on observe une augmentation du personnel des services. Celle-ci peut être liée à la médiatisation accrue de la profession d'agent de police en lien avec le contexte sécuritaire qui a émaillé l'année 2017. Les professions manuelles et moins qualifiées connaissent aussi une légère augmentation (+2,69%). Ainsi, l'information de portée nationale se diversifie légèrement plus à l'occasion du présent Baromètre.

Par contre, l'information internationale est toujours la moins diversifiée professionnellement au fil des Baromètres. Cette tendance se renforce encore en 2017. Les CSP + continuent leur progression au détriment de la représentation des autres catégories socio-professionnelles, dont plus aucune ne dépasse 7% des effectifs.

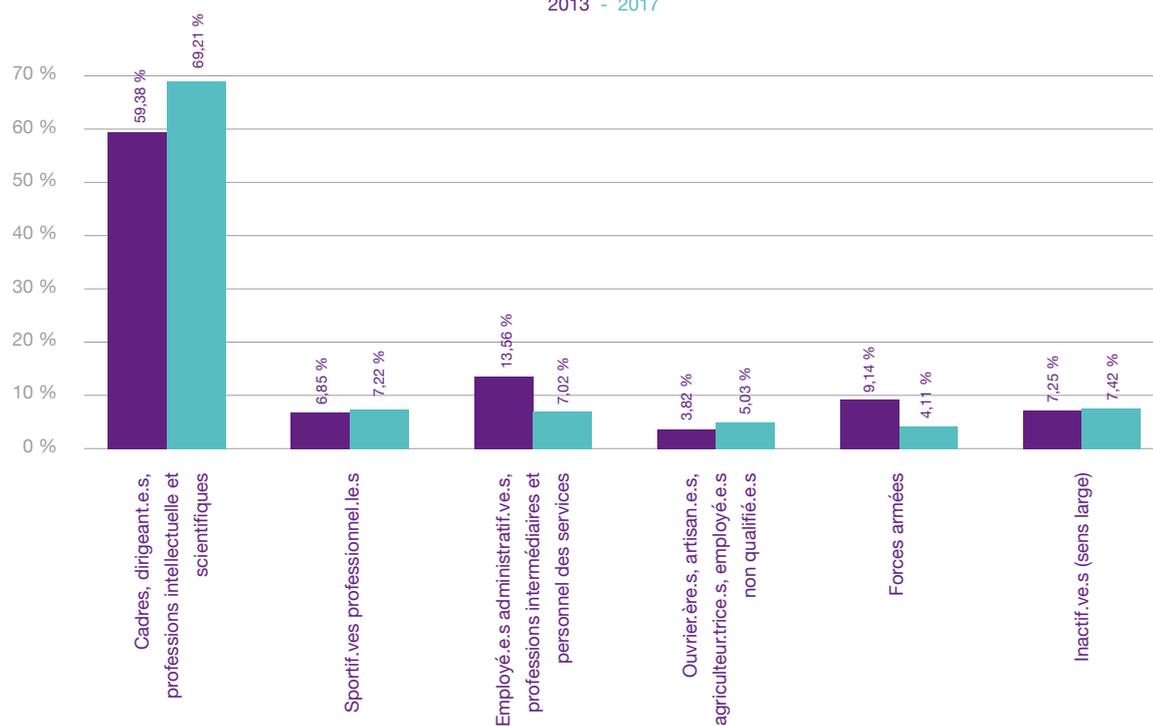
RÉPARTITION DES CSP DANS L'INFORMATION DE PORTÉE NATIONALE / 2013-2017

2013 - 2017



RÉPARTITION DES CSP DANS L'INFORMATION DE PORTÉE INTERNATIONALE / 2013-2017

2013 - 2017



1.3.5

RÉPARTITION DES INTERVENANT.E.S EN SITUATION DE HANDICAP

Nous avons dénombré 602 personnes présentant un handicap visible dans les programmes informationnels. Cela représentait 2,13% des intervenant.e.s dans le genre de l'information. Comment ces personnes en situation de handicap se répartissent-elles selon la portée de l'information ?

Tableau 46. Répartition des personnes présentant un handicap visible suivant la portée de l'information (2017)

	Effectifs	Pourcentages
Local (ville ou région)	567	94,19%
National (belge)	21	3,49%
International	12	1,99%
Transversal	2	0,33%
Total général	602	100,00%

Nous excluons les intervenant.e.s pour lequel.le.s le recensement du handicap visible ne s'est pas avéré pertinent -cas où la personne n'est pas visible-.

On constate que 567 des intervenant.e.s présentant un handicap visible sur un total de 602 (soit 94,19%) apparaissent dans des sujets d'information de portée locale. Rappelons une donnée contextuelle : le corpus encodé en 2017 inclut la « semaine du Vivre ensemble » sur les chaînes de télévision locales (vivre ensemble avec les « personnes extraordinaires ») ainsi que le Télédon (celui-ci est axé sur le don d'organe et le

don de sang). Ces deux éléments ont contribué à augmenter le nombre de personnes en situation de handicap à l'écran, plus spécifiquement sur les chaînes locales. Les personnes en situation de handicap font donc l'objet d'une extrême sous-représentation dans les sujets belges et internationaux.

1.4

LES SOUS-GENRES DE L'INFORMATION

Au sein de l'information, nous avons regroupé trois sous-genres : les journaux télévisés, les magazines d'information et les débats. Considérons la répartition de ces différents sous-genres.

Tableau 47. Répartition des sous-genres de l'information (2011-2017)

	2011	2012	2013	2017
Journal télévisé	10.180 / 85,26%	15.700 / 92,04%	18.362 / 87,64%	26.287 / 86,94%
Magazine d'info	1.531 / 12,82%	976 / 5,72%	1.995 / 9,52%	3.592 / 11,88%
Débat	229 / 1,92%	381 / 2,23%	594 / 2,84%	356 / 1,18%
Total général	11.940 / 100,00%	17.057 / 100,00%	20.951 / 100,00%	30.235 / 100,00%

De 2013 à 2017, on observe de légères variations. Les journaux télévisés constituent toujours la plus grosse part des programmes d'information : 86,94% (-0,70% par rapport à 2013). Les magazines d'information représentent 11,88%

des émissions d'information. C'est 2,36% en plus qu'en 2013. Les programmes de débats constituent la tranche la plus mince des programmes d'information : 1,18%. C'est un recul de 1,66%.

1.4.1

RÉPARTITION DES INTERVENANT.E.S PAR GENRE

Étudions la répartition des intervenants féminins et masculins dans les trois sous-genres de l'information. Comme précédemment, nous avons exclu les personnes dont on ne peut identifier le genre,

les groupes comportant plusieurs genres ainsi les personnes transgenres et travesties. Nos analyses portent dès lors sur un total de 26.641 unités.

Tableau 48. Répartition des intervenant.e.s par genre au sein des sous-genres de l'information (2017)

	Journal télévisé	Magazine d'info	Débat	Total général
Hommes	14.364 / 62,24%	2.149 / 66,33%	197 / 60,80%	16.710 / 62,72%
Femmes	8.713 / 37,76%	1.091 / 33,67%	127 / 39,20%	9.931 / 37,28%
Total général	23.077 / 100,00%	3.240 / 100,00%	324 / 100,00%	26.641 / 100,00%

Nous avons exclu les personnes dont on ne peut identifier le genre, les groupes comportant plusieurs genres ainsi les personnes transgenres et travesties.

De manière globale, les femmes représentent 37,28% des programmes d'informations tous genres confondus. On note toutefois que certains genres se situent légèrement au-dessus ou légèrement en dessous de cette moyenne. Ainsi, les magazines d'information se situent en dessous de la moyenne, avec 33,67% d'intervenantes féminines. En revanche, les programmes de débat se situent un peu au-dessus de cette moyenne avec 39,20% de femmes. Quant aux journaux télévisés, ils se situent dans la moyenne.

L'analyse diachronique montre que dans les journaux télévisés, la proportion de femmes a connu une augmentation continue au fil des différents Baromètres : 29,29% en 2011, 31,00% en 2012, 32,14% en 2013 et 37,76% en 2017. La progression 2013-2017 est donc de 5,62%. En 2017, les 8713 femmes répertoriées dans les JT se répartissent différemment d'une chaîne à l'autre : 731 d'entre-elles (soit 8,39%) figurent sur Notélé, 696 (7,99%) sur BX1, 674 (7,74%) sur La Une, 660 (7,57%) sur Canal C et 648 (7,44%) sur RTL-TVi pour ne citer que les chaînes qui recensent plus de 7% des 8713 femmes répertoriées.

RÉPARTITION DES INTERVENANT.E.S PAR GENRE AU SEIN DU JT / 2011-2017

Hommes - Femmes



RÉPARTITION DES INTERVENANT.E.S PAR GENRE AU SEIN DES DÉBATS / 2011-2017



Les émissions de débat constituaient de 2011 à 2013, celles où l'on enregistrait le moins de femmes, bien que l'on ait observé certaines évolutions : 26,80% en 2011, 31,68% en 2012, 30,56% en 2013. En 2017, c'est le sous-genre informationnel où l'on retrouve le plus de femmes : 39,20%. Ainsi, la progression 2013-2017 est marquée : + 8,64%. L'examen détaillé des émissions de débat montre que les femmes se concentrent principalement dans trois émissions en 2017 : *Les Experts* (BX1), *Objectif 2018* (Canal C) et *Pour ou contre* (RTL-TV). Les débats constituent donc en 2017 le genre de programme où il y a le

plus de femmes. Toutefois, ce constat doit être nuancé car les résultats ne se distribuent pas sur l'ensemble des chaînes, trois d'entre-elles concentrent l'essentiel des effectifs.

Dans les magazines d'information, les intervenantes féminines ont connu une diminution de 2011 à 2013 : de 37,99% à 33,35% (-4,64%). Les résultats 2017 ne montrent pas d'évolution par rapport à 2013. La proportion de femmes est en effet de 33,67%.

RÉPARTITION DES INTERVENANT.E.S PAR GENRE AU SEIN DES MAGAZINES D'INFORMATION / 2011-2017



La lecture transversale des résultats montre donc un accroissement de la proportion de femmes dans deux des trois sous-genres de l'information : le journal télévisé et les débats.

Le troisième sous-genre, les magazines d'information, ne présentent pas d'évolution. En dépit de ces évolutions, soulignons que tous les sous-genres informationnels restent loin de la parité.

1.4.2 RÉPARTITION DES INTERVENANT.E.S PAR ORIGINE

A. TOUS LES TYPES D'INTERVENANT.E.S

La proportion d'intervenant.e.s issu.e.s de la diversité est de 11,31% dans l'information lorsqu'on exclut les groupes multiculturels et de 14,29% lorsqu'on inclut les groupes multiculturels. Étudions à présent la distribution de l'origine perçue par sous-genre informationnel. Nous excluons les individus dont on ne peut identifier l'origine.

Procédons à une première analyse, en incluant les groupes multiculturels. Nous travaillons dès lors sur un total de 24.703 intervenant.e.s.

Tableau 49. Répartition des intervenant.e.s par origine perçue au sein des sous-genres de l'information (2017) – avec groupes multiculturels

	Journal télévisé	Magazine d'info	Débat	Total général
Perçu.e comme « blanc.che »	18.255 / 85,86%	2.661 / 84,45%	257 / 88,32%	21.173 / 85,71%
Perçu.e comme issu.e de la diversité	3.006 / 14,14%	490 / 15,55%	34 / 11,68%	3.530 / 14,29%
Total général	21.261 / 100,00%	3.151 / 100,00%	291 / 100,00%	24.703 / 100,00%

Nous avons exclu les personnes dont on ne peut identifier l'origine.

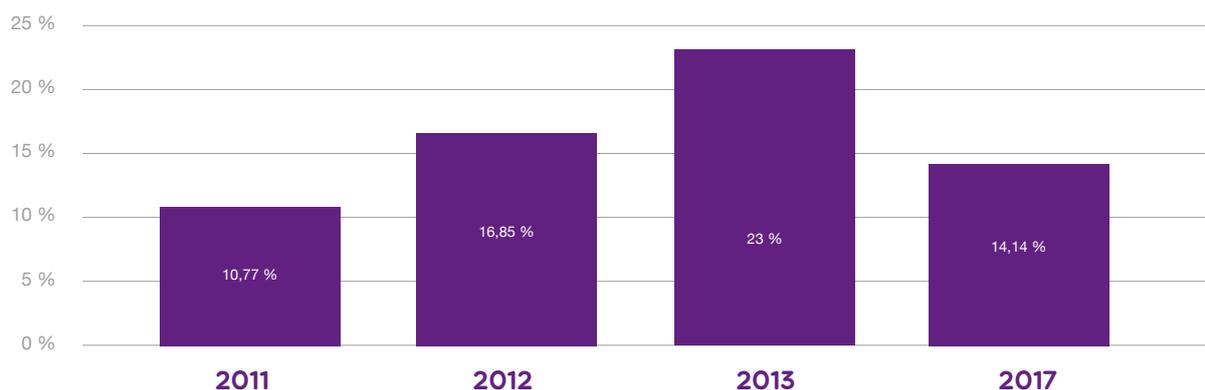
Parmi les différents sous-genres étudiés, c'est dans les magazines d'information que l'on retrouve le plus de diversité des origines. Les personnes perçues comme issues de la diversité représentent en effet 15,55% des intervenant.e.s. Les magazines d'information se situent donc juste au-dessus de la moyenne des programmes informationnels dans leur ensemble. Dans les journaux télévisés les intervenant.e.s perçu.e.s comme issu.e.s de la diversité représentent 14,14% des individus encodés. Enfin, les débats constituent la catégorie générique qui laisse le moins de place à la diversité des origines : les intervenant.e.s perçu.e.s comme issu.e.s de la diversité représentent 11,68% individus encodés. Ils sont donc peu conviés à faire part de leur point de vue dans des émissions conversationnelles marquées par une visée de problématisation des thématiques ancrées dans l'espace public²⁵.

L'analyse diachronique pointe un double constat. Premièrement on observe une chute significative de la diversité des origines dans les journaux télévisés. Deuxièmement, on remarque corrélativement que les écarts entre les catégories génériques se résorbent.

S'agissant des journaux télévisés, après une progression continue de la diversité des origines entre 2011 et 2013, on observe une diminution de près de 8,86% entre 2013 et 2017 (de 23% à 14,14%). Plusieurs facteurs liés aux spécificités de l'actualité au sein des corpus de ces années respectives peuvent expliquer ces variations. En 2013, nous pointions une actualité internationale qui laissait une large place aux personnes « vues comme non blanches ». En 2017 en revanche l'actualité internationale, celle qui donne le plus de place à la diversité des origines, est tournée vers la France (Investiture d'Emmanuel Macron et constitution de son gouvernement) et les États-Unis (relations entre Trump et le chef du FBI, Trump à Bruxelles). On retrouve donc une proportion importante d'intervenant.e.s perçu.e.s comme « blanc.he.s » dans l'actualité de la semaine encodée, même dans les rubriques internationales.

²⁵ Voyez CHARAUDEAU, Patrick, *Les médias et l'information. L'impossible transparence du discours*, Bruxelles-Paris, De Boeck & Larcier - INA, coll. « Médias Recherches », 2005.

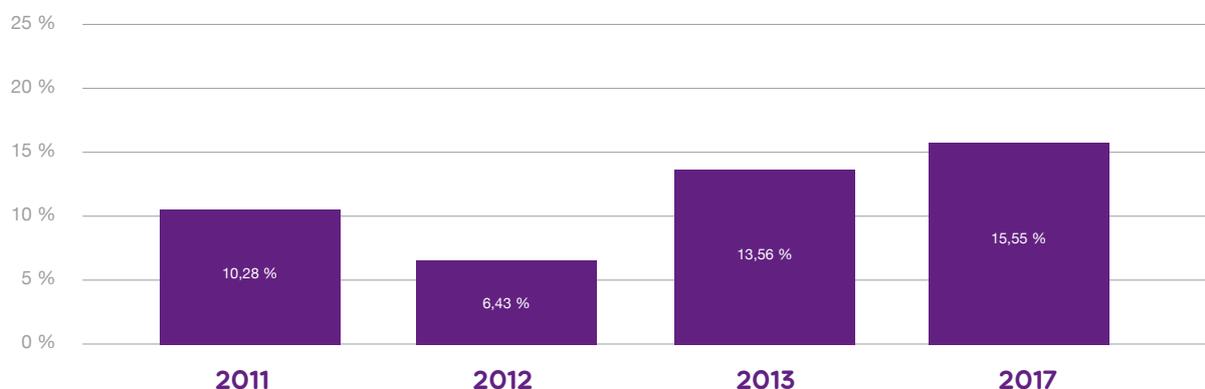
INTERVENANT.E.S PERÇU.E.S COMME ISSU.E.S DE LA DIVERSITÉ DANS LES JOURNAUX TÉLÉVISÉS / 2011-2017 - AVEC GROUPES MULTICULTURELS



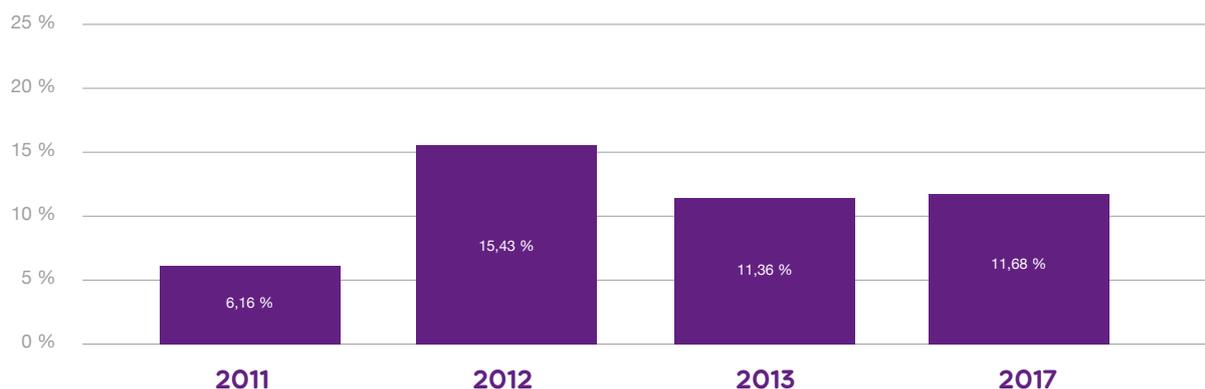
Les magazines d'information et les débats sont un peu moins marqués par les changements liés à ce flux de l'actualité quotidienne à chaud. On y observe donc des variations mais dans des proportions moindres que les journaux télévisés. Les intervenant.e.s perçue.s comme issu.e.s de la diversité sont passés de 13,56% en 2013 à 15,55% en 2017 dans les magazines d'information. Nous avons recensé 22 magazines d'infor-

mation dans lesquels nous avons observé de la diversité parmi les origines des intervenant.e.s. Deux magazines sur ce total de 22 rassemblent plus de 1/3 des intervenant.e.s perçue.s comme issu.e.s de la diversité (37,55% précisément) : #m (BX1) et 7en1 (Télévesdre). Quant aux programmes de débat, ils ne présentent pas de variations depuis 2013 (de 11,36% en 2013 à 11,68% en 2017).

INTERVENANT.E.S PERÇU.E.S COMME ISSU.E.S DE LA DIVERSITÉ DANS LES MAGAZINES D'INFORMATION / 2011-2017 - AVEC GROUPES MULTICULTURELS



INTERVENANT.E.S PERÇU.E.S COMME ISSU.E.S DE LA DIVERSITÉ DANS LES DÉBATS / 2011-2017 - AVEC GROUPES MULTICULTURELS



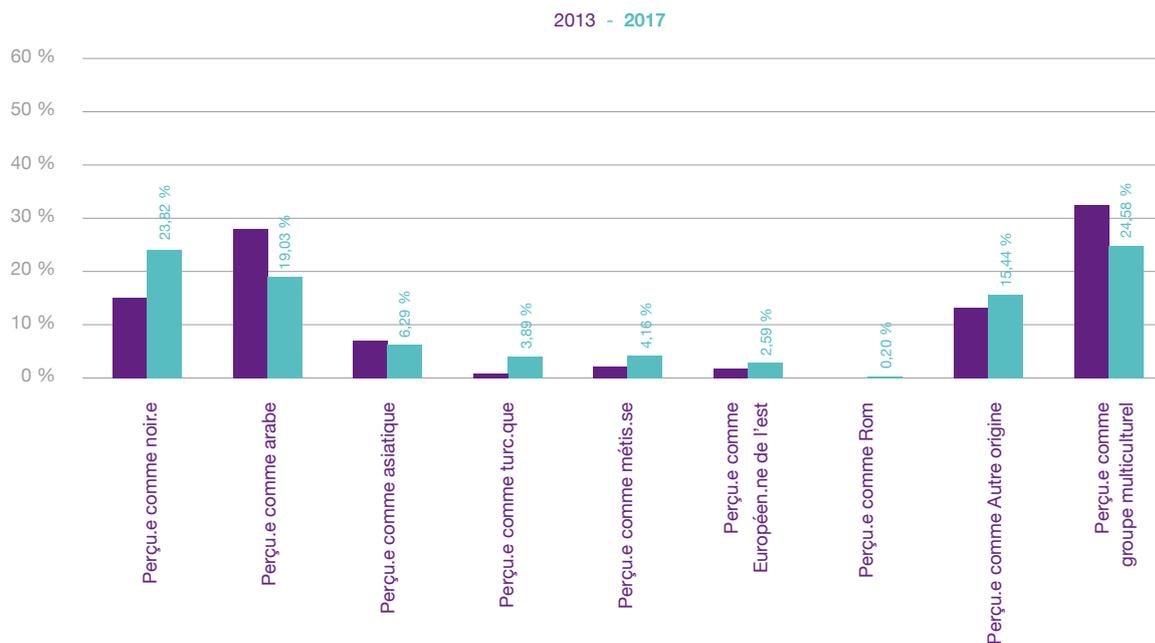
Étudions la répartition 2013-2017 des différentes origines perçues dans chacun des sous-genres informationnels.

Dans les journaux télévisés, en 2017, les 3.006 intervenant.e.s perçu.e.s comme issu.e.s de la diversité se répartissent principalement comme suit : 24,58% sont abordé.e.s en tant que groupes multiculturels, 23,82% sont perçu.e.s comme noir.e.s, 19,03% sont perçu.e.s comme arabes et 15,44% sont perçu.e.s comme relevant d'une autre origine. Les intervenant.e.s issu.e.s de la diversité sont donc encore principalement abordé.e.s en tant que groupe multiculturel, mais les écarts se résorbent. Les groupes multiculturels et les personnes perçues comme arabes sont moins nombreux en 2017 qu'en 2013. Rappelons qu'en 2013, nous avions une actualité marquée par le conflit syrien et les contestations dans le monde arabo-musulman suite à la diffusion du film « L'innocence des musulmans ». En 2017, les personnes perçues comme noires sont donc les plus représentées à titre individuel. Elles interviennent dans des sujets diversifiés. On notera trois sujets dans lesquels elles apparaissent plus fréquemment : le sport, les sujets relatifs aux migrant.e.s et aux personnes sans-papiers.

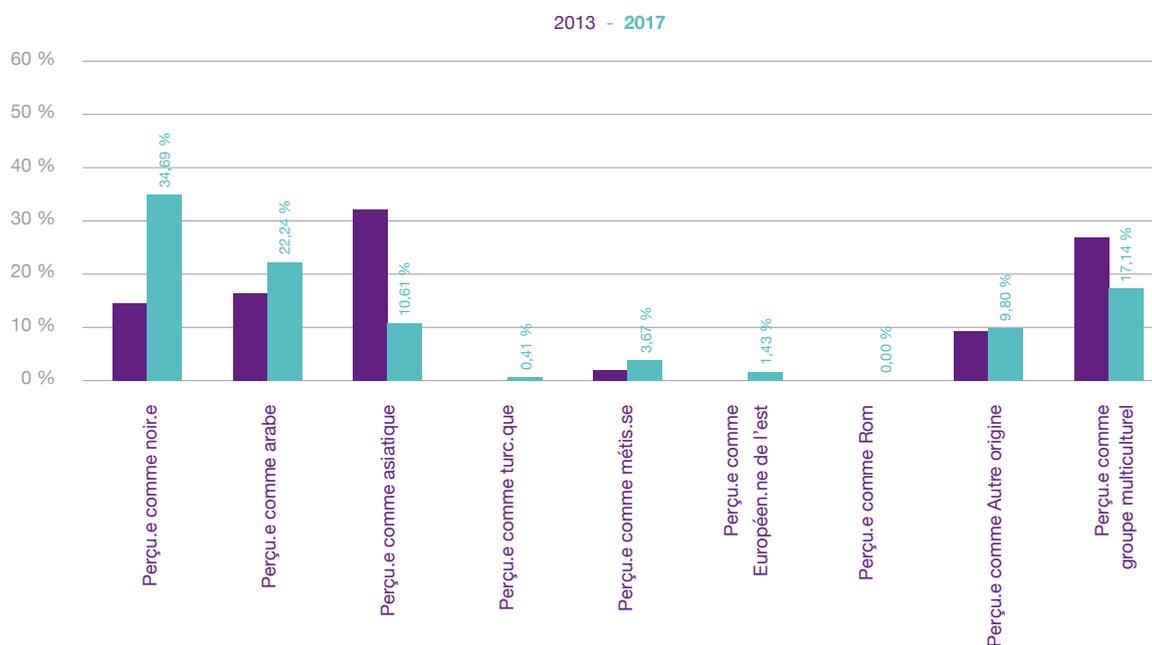
Dans les magazines d'information, les personnes perçues comme noires constituent 34,69% des intervenant.e.s, celles perçues comme arabes 22,24 % et les groupes multiculturels 17,14%. Le magazine *#m* (BX1) concentre près de la moitié des effectifs des personnes vues comme noires (81 sur 170, soit 47,65%) ; *7 en 1* rassemble 26 de ces intervenant.e.s sur 170 (soit 15,29%).

Enfin, dans les programmes de débat ce sont les personnes vues comme arabes qui sont les plus fréquemment représentées. Toutefois, les effectifs sont faibles. Ainsi, les personnes vues comme arabes représentent 14 intervenant.e.s sur un total de 34. 13 d'entre-elles interviennent dans *Les Experts* (BX1).

RÉPARTITION DES INTERVENANT.E.S PERÇU.E.S COMME ISSU.E.S DE LA DIVERSITÉ DANS LES JOURNAUX TÉLÉVISÉS / 2013 - 2017 - AVEC GROUPES MULTICULTURELS



RÉPARTITION DES INTERVENANT.E.S PERÇU.E.S COMME ISSU.E.S DE LA DIVERSITÉ DANS LES MAGAZINES D'INFORMATION / 2013-2017 - AVEC GROUPES MULTICULTURELS



Procédons à présent à une seconde analyse des données, en excluant les groupes multiculturels, à l'instar du cadrage méthodologique opéré dans la première partie de ce Baromètre. À l'issue de ce recadrage, on observe que la pro-

portion d'intervenant.e.s issu.e.s de la diversité chute sous les 10% dans les émissions de débat. Elle est de 11,05% dans les journaux télévisés et de 13,24% dans les magazines d'information.

Tableau 50. Répartition des intervenant.e.s par origine perçue au sein des sous-genres de l'information (2017) – hors groupes multiculturels

	Journal télévisé	Magazine d'info	Débat	Total général
Perçu.e comme « blanc.che »	18.255 / 88,95%	2.661 / 86,76%	257 / 90,49%	21.173 / 88,69%
Perçu.e comme issu.e de la diversité	2.267 / 11,05%	406 / 13,24%	27 / 9,51%	2.700 / 11,31%
Total général	20.522 / 100,00%	3.067 / 100,00%	284 / 100,00%	23.873 / 100,00%

Nous avons exclu les personnes dont on ne peut identifier l'origine et les groupes multiculturels.

En 2013, la proportion d'intervenant.e.s issu.e.s de la diversité était de 16,82% dans les journaux télévisés. Nous observons donc une chute de 5,77% de 2013 à 2017 à mettre en lien notamment avec les particularités de l'actualité que nous avons explicitées plus haut. En revanche, dans les magazines

d'information et, dans une moindre mesure, les émissions de débat, cette proportion a légèrement augmenté. Elle est passée de 9,45% à 13,24% (+3,79%) dans les magazines d'information et de 8,58% à 9,51% (+0,93%) dans les débats.

B. LES INTERVENANT.E.S QUE L'ON VOIT ET QUI PARLENT

Nous avons encodé chaque intervenant.e selon son type d'intervention dans l'espace médiatique. En combinant le critère de visibilité et de prise de parole, nous distinguons quatre types d'intervention :

- On voit l'intervenant.e et il.elle parle ;
- On voit l'intervenant.e mais il.elle ne parle pas ;
- L'intervenant.e parle mais on ne le.la voit pas ;
- On ne voit pas l'intervenant.e mais on parle de lui.d'elle.

Jusqu'à présent nos analyses portaient sur la totalité de ces interventions, sans distinction aucune. Nous proposons maintenant de nous focaliser sur le premier type d'intervention, celui dont le degré de visibilité et de prise de parole est le plus élevé sur l'échelle de participation médiatique.

Observons pour chaque sous-genre informationnel la distribution des origines perçues parmi les intervenant.e.s que l'on voit et qui parlent. Nous excluons de l'analyse les intervenant.e.s dont l'origine n'a pas pu être définie. Nous incluons les groupes comportant plusieurs origines (groupes multiculturels). Notre analyse porte dès lors sur un total de 7.049 intervenant.e.s.

Tableau 51. Répartition des intervenant.e.s que l'on voit et qui parlent par origine perçue au sein des sous-genres de l'information (2017) – avec groupes multiculturels

	Journal télévisé	Magazine d'info	Débat	Total général
Perçu.e comme « blanc.che »	5.487 / 89,36%	731 / 90,14%	92 / 93,88%	6.310 / 89,52%
Perçu.e comme issu.e de la diversité	653 / 10,64%	80 / 9,86%	6 / 6,12%	739 / 10,48%
Total général	6.140 / 100,00%	811 / 100,00%	98 / 100,00%	7.049 / 100,00%

Nous avons exclu les personnes dont on ne peut identifier l'origine.

Comme nous l'avons vu ci-dessus, la proportion d'intervenant.e.s issu.e.s de la diversité est de 14,29% sur l'ensemble des programmes d'information (tous niveaux de participation confondus) lorsqu'on inclut les groupes multiculturels. Une fois que l'on se focalise exclusivement sur les intervenant.e.s que l'on voit et qui parlent, cette proportion chute à 10,48%. Il est intéressant de comparer le tableau n°51 ci-dessus avec le n°49 (Répartition des intervenant.e.s par origine perçue au sein des sous-genres de l'information (2017) – avec groupes multiculturels).

En effet, une fois que l'on se focalise sur les intervenant.e.s ayant le niveau de participation le plus élevé dans l'espace médiatique, on observe que la diversité des origines chute dans tous les sous-genres de l'information : -3,50% dans les journaux télévisés, -5,69% dans les magazines d'information, -5,56% dans les émissions de débat. Dans cette dernière catégorie, la proportion de personnes issues de la diversité est presque divisée par deux. Nous avons déjà formulé un tel constat en 2013. Les proportions reculaient alors de -8,90% dans les journaux télévisés, -5,19% dans les magazines d'information, -7,48% dans les débats. Les écarts sont donc plus faibles en 2017 s'agissant des journaux télévisés et, dans une moindre mesure, des débats.

On remarquera toutefois, en dépit de ces écarts entre niveaux d'intervention qui se résorbent au fil du temps, que la proportion d'intervenant.e.s que l'on voit et qui parlent est plus faible en 2017 qu'en 2013 dans les journaux télévisés. Nous dénombrions en effet en 2013 14,10% d'intervenant.e.s issu.e.s de la diversité que l'on voit et qui parlent dans les JT (pour 10,64% aujourd'hui). En revanche dans les débats et, dans une moindre mesure, les magazines d'information, la proportion d'intervenant.e.s issu.e.s de la diversité a augmenté.

Dans une perspective intersectionnelle, on remarquera que les femmes issues de la diversité font l'objet d'une invisibilisation accrue dans l'espace médiatique. En effet, nous avons examiné pour chaque origine perçue, le genre de l'intervenant.e. Précisons que nous avons donc exclu de nos calculs les personnes dont on ne peut identifier le genre, les groupes comportant plusieurs genres ainsi que les personnes transgenres et travesties.

Tableau 52. Répartition des intervenant.e.s que l'on voit et qui parlent par origine perçue selon le genre au sein des sous-genres de l'information (2017) – avec groupes multiculturels

	Journal télévisé	Magazine d'info	Débat	Total général
Perçu.e comme « blanc.che »	5.485 / 89,39%	730 / 90,23%	92 / 93,88%	6.307 / 89,55%
Homme	3.425 / 55,82%	521 / 64,40%	65 / 66,33%	4.011 / 56,95%
Femme	2.060 / 33,57%	209 / 25,83%	27 / 27,55%	2.296 / 32,60%
Perçu.e comme issu.e de la diversité	651 / 10,61%	79 / 9,77%	6 / 6,12%	732 / 10,45%
Homme	409 / 6,67%	59 / 7,29%	6 / 6,12%	474 / 6,73%
Femme	242 / 3,94%	20 / 2,47%	0 / 0,00%	258 / 3,72%
Total général	6.136 / 100,00%	809 / 100,00%	98 / 100,00%	7.039 / 100,00%

Nous avons exclu les personnes dont on ne peut identifier l'origine mais aussi le genre, les groupes comportant plusieurs genres ainsi que les personnes transgenres et travesties.

On remarque que, quelle que soit l'origine perçue, la proportion d'hommes que l'on voit et qui parlent est supérieure à celle des femmes dans tous les genres médiatiques. Qui plus est :

- si 10,61% de personnes issues de la diversité prennent la parole dans le journal, seulement 3,94% sont des femmes ;
- si 9,77% de personnes issues de la diversité prennent la parole dans les magazines d'information, seulement 2,47% sont des femmes ;

- enfin, si 6,12% de personnes issues de la diversité prennent la parole dans les débats, aucune d'entre-elles ne sont des femmes. Ainsi, les femmes issues de la diversité sont inexistantes dans les émissions qui convoquent une parole d'opinion, d'argumentation. Précisons qu'en 2011 et 2012, les femmes issues de la diversité étaient également exclues de l'espace de débat. En 2013, elles représentaient seulement 4 occurrences.

On observe ainsi un cumul dans le déficit de représentation des femmes et des personnes issues de la diversité. C'est un constat qui se répète au fil des Baromètres.

1.4.3

RÉPARTITION DES INTERVENANT.E.S PAR ÂGE

Analysons la répartition des classes d'âge dans les différents sous-genres de l'information. Aux fins de l'analyse, nous excluons les intervenant.e.s dont l'âge n'a pas pu faire l'objet

d'une identification ainsi que les groupes comprenant plusieurs classes d'âge. Nos analyses portent donc sur un total de 21.692 intervenant.e.s.

Tableau 53. Répartition intervenant.e.s par âge au sein des sous-genres de l'information (2017)

	Journal télévisé	Magazine d'info	Débat	Total général	Belgique au 01.01.2017 (Statbel)
< ou égal 12	1.761 / 9,49%	180 / 6,30%	3 / 1,06%	1.944 / 8,96%	14,80%
13-18	1.020 / 5,50%	109 / 3,82%	4 / 1,41%	1.133 / 5,22%	6,58%
19-34	3.864 / 20,83%	539 / 18,87%	42 / 14,84%	4.445 / 20,49%	20,00%
35-49	5.971 / 32,19%	1.065 / 37,28%	103 / 36,40%	7.139 / 32,91%	20,01%
50-64	4.555 / 24,55%	826 / 28,91%	90 / 31,80%	5.471 / 25,22%	20,11%
> ou égal 65	1.381 / 7,44%	138 / 4,83%	41 / 14,49%	1560 / 7,19%	18,50%
Total général	18.552 / 100,00%	2.857 / 100,00%	283 / 100,00%	21.692 / 100,00%	100,00%

Nous excluons les intervenant.e.s dont l'âge n'a pas pu faire l'objet d'une identification ainsi que les groupes comprenant plusieurs classes d'âge.

La distorsion de la pyramide des âges télévisuelle qui tend à surreprésenter les 19-34 ans se normalise quelque peu dans les émissions d'information où cette tranche d'âge représente 20,49% des intervenant.e.s, soit un chiffre comparable à sa présence dans la société belge (20,0%). On note toutefois des différences selon les sous-genres de l'information. En effet, les journaux télévisés se situent autour de la moyenne des programmes d'information (20,83%). Les magazines d'information quant à eux se situent très légèrement en-dessous de cette moyenne. Les 19-34 ans y représentent 18,87% des intervenant.e.s. En revanche, dans les émissions de débat où l'on valorise une parole d'opinion les jeunes adultes sont sous-représentés : ils constituent 14,84% des intervenant.e.s, soit une différence de 5,16% par rapport à leur présence dans la société belge.

Comme le montre le tableau ci-dessus, la tranche d'âge des 35-49 ans affiche les occurrences les plus élevées dans chaque sous-genre informationnel. Les intervenant.e.s appartenant à cette tranche d'âge sont surreprésenté.e.s dans tous les genres informationnels comparativement à leur présence dans la société belge : +12,18% pour les journaux télévisés, +16,39% pour les débats et +17,27% pour les magazines d'information. Les personnes âgées de 50 à 64 ans font également l'objet de la même surreprésentation quel que soit le genre informationnel : + 4,44% dans les journaux télévisés par rapport à la société belge, +8,8% dans les magazines d'information et +11,69% dans les débats.

Les tranches d'âge les plus jeunes et les plus âgées sont en revanche sous-représentées, avec toutefois des proportions variables. S'agissant des enfants de 12 ans ou moins et des adolescents de 13 à 18 ans, les écarts entre la télévision et la société belge sont moins grands dans les journaux télévisés que dans les deux autres sous-genres de programme. Concernant les personnes de 65 ans et plus, nous avons souligné qu'en moyenne dans les émissions d'information l'écart entre les programmes et la société belge est de 11,31%. Le détail par sous-genres informationnel montre que cet écart s'amplifie dans les magazines d'information (il est de 13,67%) et se résorbe en revanche dans les émissions de débat (il est de 4,01%) – à la différence de ce qui avait été observé dans les éditions précédentes du Baromètre. On apportera deux précisions par rapport à ce dernier constat. D'une part, il faut garder en mémoire que les effectifs des émissions de débat sont assez faibles et donc susceptibles de varier plus amplement que les autres genres en fonction des orientations données à l'une ou l'autre émission. D'autre part, on notera dans ce cas-ci qu'une très large proportion des personnes de 65 ans ou plus encodées dans le genre du débat émanent d'une édition de « Pour ou contre » consacrée aux maisons de repos. Si l'on filtre cette émission, la proportion de personnes de 65 ans ou plus dans les émissions de débat est de 4,74%.

On observe qu'en 2017, ce sont les JT qui présentent la pyramide des âges la moins distortue par rapport à la société belge et ce sont les émissions de débats qui présentent le plus de distorsions. D'un point de vue diachronique, les journaux télévisés connaissent une diminution de près de 10% de la proportion de 19-34 ans entre 2013 et 2017. Elle coïncide donc désormais en 2017 avec la présence de cette tranche d'âge dans la société. Les 50-64 ans ont connu aussi un accroissement, tout comme les tranches d'âge les plus jeunes et les plus âgées. En effet, les personnes âgées de 65 ans ou plus sont passées de 3,63% à 7,44% entre 2011 et 2017.

RÉPARTITION DES INTERVENANT.E.S PAR CLASSES D'ÂGE DANS LES JOURNAUX TÉLÉVISÉS / 2011-2017



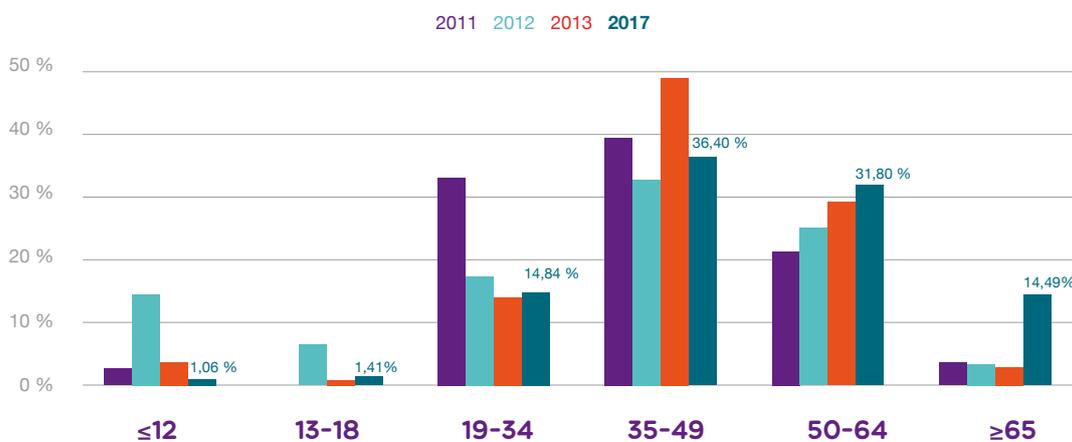
Dans les magazines d'information et, surtout, dans les débats la distribution des âges est beaucoup plus irrégulière au fil du temps. Les augmentations ou diminutions d'occurrences ne suivent pas une direction précise au fil des Baromètres. Il y a une exception à cette tendance : la progression continue des

50-64 ans dans les émissions de débat. S'agissant du pic de personnes de 65 ans ou plus dans ce même genre de programme, on rappellera les spécificités de l'échantillon marqué par une édition du programme « Pour ou contre » consacré aux maisons de repos.

RÉPARTITION DES INTERVENANT.E.S PAR CLASSES D'ÂGE DANS LES MAGAZINES D'INFORMATION / 2011-2017



RÉPARTITION DES INTERVENANT.E.S PAR CLASSES D'ÂGE DANS LES DÉBATS / 2011-2017



1.4.4 RÉPARTITION DES INTERVENANT.E.S PAR CATÉGORIE SOCIO-PROFESSIONNELLE -CSP-

Nous avons encodé la catégorie socio-professionnelle lorsque celle-ci est mentionnée ou identifiable grâce au contexte. Nous excluons les intervenant.e.s qui n'ont pas pu faire l'objet d'une identification en termes de CSP, pour les-

quel.le.s cette classification ne s'est pas avérée pertinente ou qui rassemblent plusieurs professions (groupes). Nos analyses portent dès lors sur un total de 16.043 intervenant.e.s.

Tableau 54. Répartition des intervenant.e.s par CSP au sein des sous-genres de l'information (2017)

	Journal télévisé	Magazine d'info	Débat	Total général
CSP +	7.807 / 56,25%	1.155 / 58,60%	108 / 56,25%	9.070 / 56,54%
Sportif.ve.s professionnel.le.s	796 / 5,73%	17 / 0,86%	1 / 0,52%	814 / 5,07%
Employé.e.s administratif.ve.s, professions intermédiaires et personnel des services	1.802 / 12,98%	297 / 15,07%	29 / 15,10%	2.128 / 13,26%
Ouvrier.ère.s, artisan.e.s et agriculteur.trice.s, employé.e.s non qualifié.e.s	839 / 6,04%	210 / 10,65%	20 / 10,42%	1.069 / 6,66%
Forces armées	161 / 1,16%	16 / 0,81%	0 / 0,00%	177 / 1,10%
Inactif.ve.s	2.475 / 17,83%	276 / 14,00%	34 / 17,71%	2.785 / 17,36%
Total général	13.880 / 100,00%	1.971 / 100,00%	192 / 100,00%	16.043 / 100,00%

Nous excluons les intervenant.e.s qui n'ont pas pu faire l'objet d'une identification en termes de CSP, pour lesquel.le.s cette classification ne s'est pas avérée pertinente ou qui rassemblent plusieurs professions (groupes).

Dans chaque sous-genre de l'information, ce sont les catégories socio-professionnelles supérieures qui sont les plus représentées. Il y a d'ailleurs assez peu d'écart au sein de chaque sous-genre par rapport à la moyenne des programmes d'information (56,54%). Le détail des catégories socio-professionnelles montre que ce sont les professionnels des médias qui sont les plus présents parmi les CSP + au sein des journaux télévisés (22,51%). Il y a donc une auto-monstration de cette catégorie socio-professionnelle particulièrement accrue pour les journaux télévisés. Dans les magazines d'information, les CSP + se partagent principalement entre les professionnel.le.s des médias (16,34%) et les membres de l'exécutif et des corps législatifs (14,46%). Les magazines d'information et les débats représentent un peu plus les professions intermédiaires et du secteur tertiaire que les JT, tout comme les ouvrier.ère.s, artisan.e.s, agriculteur.trice.s et professions non qualifiées. Le détail des catégories professionnelles montre que c'est le personnel des services qui est le plus représenté parmi ces professions intermédiaires et du secteur tertiaire. On soulignera à nou-

veau la présence des agents de police au sein de cette catégorie professionnelle tant dans les magazines d'information qu'au sein des débats. On pointera quelques magazines d'information qui concentrent l'essentiel des effectifs des ouvrier.ère.s, artisan.e.s, agriculteur.trice.s et professions non qualifiées : *7 en 1 et Complément d'infos* (Télévesdre), *Logistics.tv* et *Z Maintenance* (Canal Z). Nous formulerons la même réserve que précédemment concernant les émissions de débat. En effet, les effectifs de ces émissions sont assez faibles et donc susceptibles de varier plus amplement que les autres genres en fonction des orientations données à l'une ou l'autre émission. Enfin, les personnes inactives au sens large sont représentées à hauteur de 17,83% dans les journaux télévisés. On notera que 14,32% d'entre-elles sont des élèves et étudiant.e.s. Ce sont également ces dernier.ère.s qui sont les personnes inactives les plus représentées au sein des magazines d'information. En revanche, les débats concentrent leurs effectifs sur les personnes retraitées. Nous avons mis en exergue plus haut l'influence de l'émission *Pour ou contre* dans ce résultat alors que les effectifs des émissions de débat sont faibles.

Tableau 55. Détail des CSP au sein des sous-genres de l'information (2017)

	Journal télévisé	Magazine d'info	Débat	Total général
Dirigeant.e.s et cadres supérieur.e.s	2.457 / 17,70%	476 / 24,15%	69 / 35,94%	3.002 / 18,71%
Dirigeant.e.s et cadres supérieur.e.s de l'administration publique	428 / 3,08%	81 / 4,11%	15 / 7,81%	524 / 3,27%
Dirigeant.e.s et cadres supérieur.e.s d'entreprise	558 / 4,02%	110 / 5,58%	6 / 3,13%	674 / 4,20%
Membres de l'exécutif et des corps législatifs	1.471 / 10,60%	285 / 14,46%	48 / 25,00%	1804 / 11,24%
Professions intellectuelles et scientifiques	5.350 / 38,54%	679 / 34,45%	39 / 20,31%	6.068 / 37,82%
Professionnel.le.s des médias	3.125 / 22,51%	322 / 16,34%	26 / 13,54%	3.473 / 21,65%
Professions artistiques	1.131 / 8,15%	213 / 10,81%	3 / 1,56%	1.347 / 8,40%
Autres professions intellectuelles et scientifiques	1.094 / 7,88%	144 / 7,31%	10 / 5,21%	1.248 / 7,78%
Sportif.ve.s professionnel.le.s	796 / 5,73%	17 / 0,86%	1 / 0,52%	814 / 5,07%
Professions intermédiaires	734 / 5,29%	107 / 5,43%	7 / 3,65%	848 / 5,29%
Employé.e.s de type administratif	261 / 1,88%	48 / 2,44%	1 / 0,52%	310 / 1,93%
Personnel des services et vendeur.euse.s de magasins et de marchés	807 / 5,81%	142 / 7,20%	21 / 10,94%	970 / 6,05%
Agriculteur.trice.s et ouvrier.ère.s qualifié.e.s de l'agriculture et de la pêche	122 / 0,88%	14 / 0,71%	0 / 0,00%	136 / 0,85%
Artisan.e.s et ouvrier.ère.s de type artisanal	191 / 1,38%	34 / 1,73%	3 / 1,56%	228 / 1,42%
Conducteur.trice.s d'installation et de machines et ouvrier.ère.s de l'assemblage	142 / 1,02%	41 / 2,08%	15 / 7,81%	198 / 1,23%
Ouvrier.ère.s et employé.e.s non qualifié.e.s	384 / 2,77%	121 / 6,14%	2 / 1,04%	507 / 3,16%
Forces armées	161 / 1,16%	16 / 0,81%	0 / 0,00%	177 / 1,10%
Élèves et étudiant.e.s	1.987 / 14,32%	241 / 12,23%	0 / 0,00%	2.228 / 13,89%
Retraité.e.s	275 / 1,98%	0 / 0,00%	28 / 14,58%	303 / 1,89%
Inactif.ve.s	41 / 0,30%	2 / 0,10%	0 / 0,00%	43 / 0,27%
Autres	172 / 1,23%	33 / 1,68%	6 / 3,13%	211 / 1,32%
Total général	13.880 / 100,00%	1.971 / 100,00%	192 / 100,00%	16.043 / 100,00%

Nous excluons les intervenant.e.s qui n'ont pas pu faire l'objet d'une identification en termes de CSP, pour lesquel.le.s cette classification ne s'est pas avérée pertinente ou qui rassemblent plusieurs professions -groupes-.

Procédons à l'analyse diachronique de la répartition des catégories socio-professionnelles dans les différents sous-genres de l'information. L'analyse 2011-2013 montrait que les catégories socio-professionnelles étaient mieux réparties au sein des JT et des magazines d'information qu'au sein des débats. En effet, ce qui distinguait cette dernière catégorie générique c'était la grande concentration du nombre d'intervenant.e.s sur quelques CSP qui phagocytèrent l'ensemble des interventions dans l'espace public médiatique. En effet, en 2013 nous soulignons que quatre catégories socio-professionnelles totalisaient plus de 90% des intervenant.e.s : les membres de l'exécutif et des corps législatifs, les professions artistiques (dont les journalistes), les dirigeant.e.s et cadres d'entreprises ainsi que de l'administration publique et enfin, les professions intellectuelles et scientifiques. En 2017, plusieurs ajustements se sont opérés.

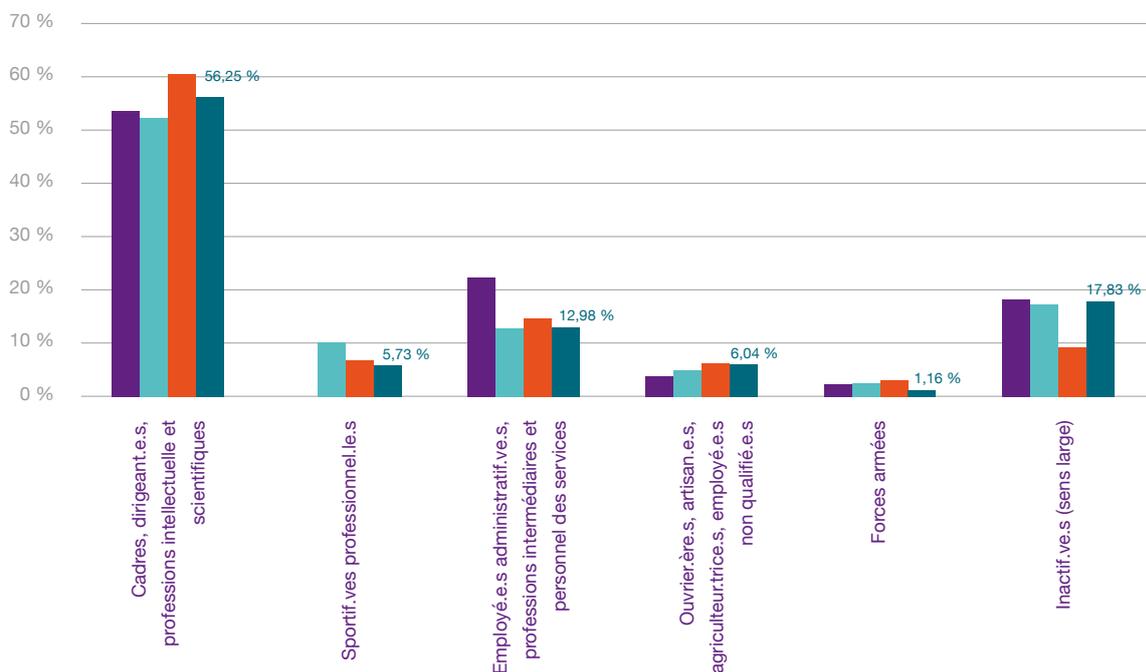
D'une part, on observe moins d'émissions de débat en 2017 qu'en 2013 et, dès lors, moins d'intervenant.e.s dans cette catégorie générique. Rappelons qu'en 2013 quatorze émissions composaient le corpus, dont plusieurs consacrées aux élections communales et provinciales. D'autre part, la répartition des catégories socio-professionnelles a changé. En 2017, les quatre catégories socio-professionnelles supérieures citées ci-dessus ne rassemblent plus 90% des intervenant.e.s mais 56%. Cette redistribution s'est faite au profit des professions intermédiaires et du secteur tertiaire et des inactif.ve.s. Le genre débat est donc moins polarisé dans la représentation des catégories socio-professionnelles, même s'il reste très asymétrique. Probablement que l'inclusion d'une période électorale dans le corpus 2013 a contribué à asseoir cette asymétrie en surreprésentant nettement les membres de l'exécutif et des corps législatifs dans les programmes de débat (40% en 2013 contre 25% aujourd'hui).

Comparativement aux émissions de débat, les journaux télévisés présentent peu d'évolutions. La part des CSP + y a diminué de 2013 à 2017 de 4,19%. Les inactif.ve.s, quant à eux, singulièrement les élèves et étudiant.e.s y ont augmenté de 8,56% eu égard aux spécificités de l'actualité dans l'échantillon que nous avons déjà relevées précédemment. Les autres catégories socio-professionnelles ne présentent pratiquement pas de variations (au maximum 1,5%).

Les magazines d'information présentent des variations plus irrégulières. L'évolution la plus marquée de 2013 à 2017 concerne la proportion de professions intermédiaires et du secteur tertiaire (+4,89%). Nous avons déjà pointé la mise en exergue accrue d'une profession relevant de cette catégorie en 2017 : les policier.ère.s.

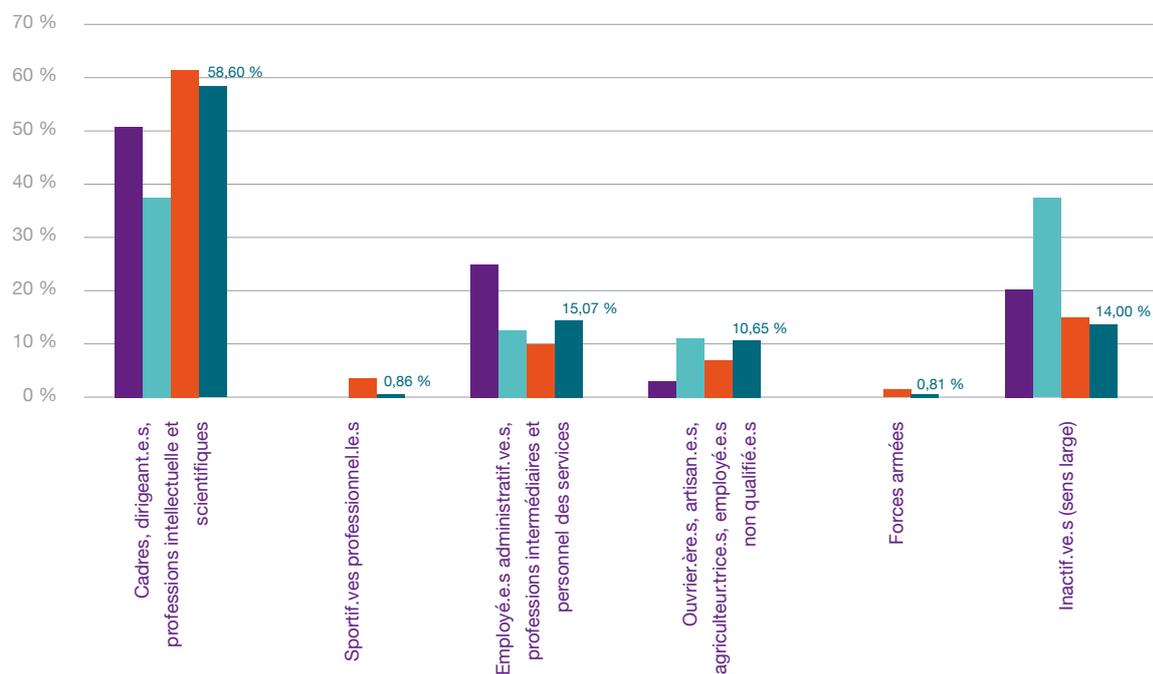
RÉPARTITION DES CSP DANS LES JOURNAUX TÉLÉVISÉS / 2011-2017

2011 2012 2013 2017



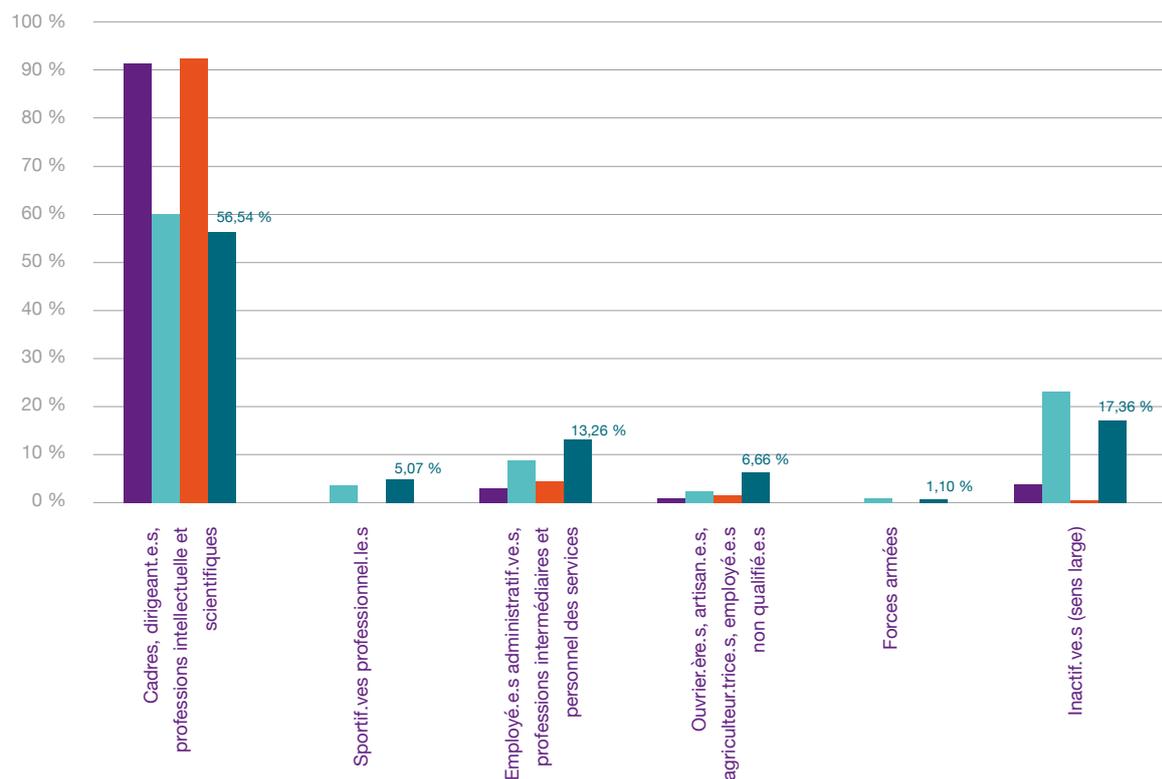
RÉPARTITION DES CSP DANS LES MAGAZINES D'INFORMATION / 2011-2017

2011 2012 2013 2017



RÉPARTITION DES CSP DANS LES DÉBATS / 2011-2017

2011 2012 2013 2017



1.5 LES RUBRIQUES DE L'INFORMATION

Nous avons inclus en 2017 une nouvelle variable pour les programmes d'information. Il s'agit en effet de les catégoriser selon leurs thématiques. Nous avons identifié quinze thématiques qui sont inspirées du Baromètre « Image et représentations des jeunes et des enfants » du CSA (2013) et de l'étude consacrée à la diversité et à l'égalité dans la presse quotidienne belge francophone de l'AJP (2015).

Ainsi, pour chaque programme d'information, les intervenant.e.s ont été associé.e.s à l'une des thématiques suivantes : Politique ; Économie, finance ; Sport ; Fait divers ; Grand banditisme, terrorisme ; Justice ; Société ; Sciences

et technologies ; Santé, bien être ; Médias ; Culture, arts, divertissement, loisirs, lifestyle ; Enseignement, éducation ; Environnement, énergie, mobilité ; Histoire, hommage ; Thématique transversale (plusieurs thèmes).

Sur les 30.235 intervenant.e.s encodé.e.s dans le genre de l'information, 5.882 (soit 19,45%) se concentrent dans la rubrique « culture, arts, divertissements, loisirs, lifestyle », 4.111 (soit 13,60%) dans les sujets « politiques » et 3.333 (soit 11,02%) dans la thématique « économie et finances ». Les autres thématiques rassemblent moins de 10% des intervenant.e.s.

Tableau 56. Répartition des intervenant.e.s selon les thématiques dans le genre informationnel (2017)

	Effectifs	Pourcentages
Politique	4.111	13,60%
Économie, finance	3.333	11,02%
Sport	1.821	6,02%
Fait divers	1.107	3,66%
Grand banditisme, terrorisme	472	1,56%
Justice	858	2,84%
Société	3.003	9,93%
Sciences et technologies	647	2,14%
Santé, bien-être	1.908	6,31%
Médias	1.325	4,38%
Culture, arts, divertissements, loisirs, lifestyle	5.882	19,45%
Enseignement, éducation	1.886	6,24%
Environnement, énergie, mobilité	1.405	4,65%
Histoire, hommage	1.700	5,62%
Transversal	777	2,57%
Total général	30.235	100,00%

1.5.1

RÉPARTITION DES INTERVENANT.E.S PAR GENRE

Croisons les données relatives à la thématique avec le genre des intervenant.e.s. Quelle est la proportion respective d'hommes et de femmes dans chaque thématique ? Afin de conserver une comparabilité avec les données des trois éditions précédentes du Baromètre, nous avons exclu les personnes dont on ne peut identifier le genre, les groupes comportant plusieurs genres ainsi que les personnes transgenres et travesties. Nos analyses portent dès lors sur un total de 26.641 intervenant.e.s.

Tout d'abord, on constate que les hommes sont majoritaires dans toutes les thématiques à l'exception de celle consacrée à la santé et au bien-être qui rassemble 51,67% de femmes. Parmi les thématiques qui affichent une proportion de femmes au-dessus de la moyenne du genre informationnel dans son ensemble (c'est-à-dire 37,28%) on relève : les thèmes santé et bien-être (51,67% de femmes), enseignement, éducation (48,18%), sciences et technologies (45,36%), culture, arts, divertissement, loisirs, lifestyle (43,58%), société (42,53%) et les thématiques transversales (44,35%). Parmi les thématiques qui se situent sous la moyenne du genre informationnel dans son ensemble figurent le sport (12,51% de femmes), le grand banditisme et terrorisme (23,29%), la politique (28,03%), les médias (28,02%), l'environnement, énergie, mobilité (33,15%), l'histoire/hommage (34,86%) et les fait divers (35,36%). Les thématiques économie et finance ainsi que justice se situent autour de la moyenne.

On observe ainsi que les hommes se distribuent dans une plus large variété de thématiques que les femmes. Qui plus est, ces thèmes relèvent aussi bien des hard news que des soft news (cf. supra), tandis que les femmes sont plus largement associées aux soft news et aux questions sociétales. On soulignera que les deux thématiques où les femmes sont les plus présentes relèvent de la santé et du bien-être, de l'enseignement et de l'éducation, c'est-à-dire de thématiques liées aux soins et aux enfants, ce qui est une façon de les « réassigner » à leur genre. Comme l'a énoncé Béatrice Damian-Gaillard, la notion d'« assignation de genre », consiste « à attribuer à une personne une place, une fonction, un rôle, et plus particulièrement attendre qu'elle le performe en se conformant aux attentes sociales construites autour des identités de genre, selon qu'elle est perçue comme étant un homme ou une femme »²⁶.

²⁶ DAMIAN-GAILLARD et al., *L'assignation de genre dans les médias. Attentes, perturbations, reconfigurations*, Rennes : Presses universitaires de Rennes, 2014, p. 13.

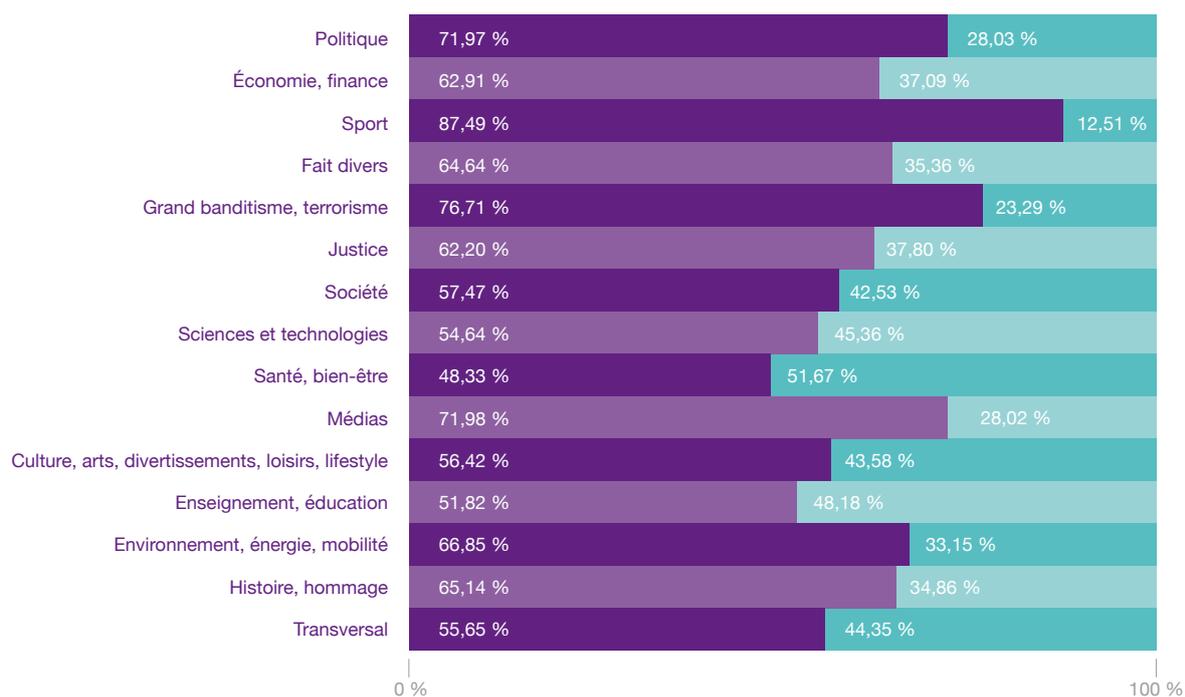
Tableau 57. Répartition des intervenant.e.s par genre selon les thématiques de l'information (2017)

	Hommes	Femmes	Total général
Politique	2.447 / 71,97%	953 / 28,03%	3.400 / 100,00%
Économie, finance	1.891 / 62,91%	1.115 / 37,09%	3.006 / 100,00%
Sport	1.399 / 87,49%	200 / 12,51%	1.599 / 100,00%
Fait divers	647 / 64,64%	354 / 35,36%	1.001 / 100,00%
Grand banditisme, terrorisme	326 / 76,71%	99 / 23,29%	425 / 100,00%
Justice	464 / 62,20%	282 / 37,80%	746 / 100,00%
Société	1.512 / 57,47%	1.119 / 42,53%	2.631 / 100,00%
Sciences et technologies	312 / 54,64%	259 / 45,36%	571 / 100,00%
Santé, bien-être	825 / 48,33%	882 / 51,67%	1.707 / 100,00%
Médias	889 / 71,98%	346 / 28,02%	1.235 / 100,00%
Culture, arts, divertissements, loisirs, lifestyle	2.938 / 56,42%	2.269 / 43,58%	5.207 / 100,00%
Enseignement, éducation	867 / 51,82%	806 / 48,18%	1.673 / 100,00%
Environnement, énergie, mobilité	859 / 66,85%	426 / 33,15%	1.285 / 100,00%
Histoire, hommage	925 / 65,14%	495 / 34,86%	1.420 / 100,00%
Transversal	409 / 55,65%	326 / 44,35%	735 / 100,00%

Nous avons exclu les personnes dont on ne peut identifier le genre, les groupes comportant plusieurs genres, les personnes transgenres et travesties.

RÉPARTITION DES INTERVENANT.E.S PAR GENRE SELON LES THÉMATIQUES DE L'INFORMATION / 2017

Hommes - Femmes



1.5.2 RÉPARTITION DES INTERVENANT.E.S PAR ORIGINE

Étudions la répartition de l'origine perçue pour chaque thématique de l'information. Nous excluons les individus dont l'origine n'a pas pu être déterminée. Comme précédemment, nous présenterons les résultats en deux temps. Dans un premier temps, nous présenterons des données incluant les groupes avec des intervenant.e.s de plusieurs origines (les groupes multiculturels). Dans un second temps, nous excluons les groupes multiculturels afin de prendre exclusivement

en considération les intervenant.e.s qui apparaissent à titre individuel.

Analysons d'abord les résultats en incluant les groupes multiculturels. Nous travaillons ainsi sur un total de 24.703 intervenant.e.s.

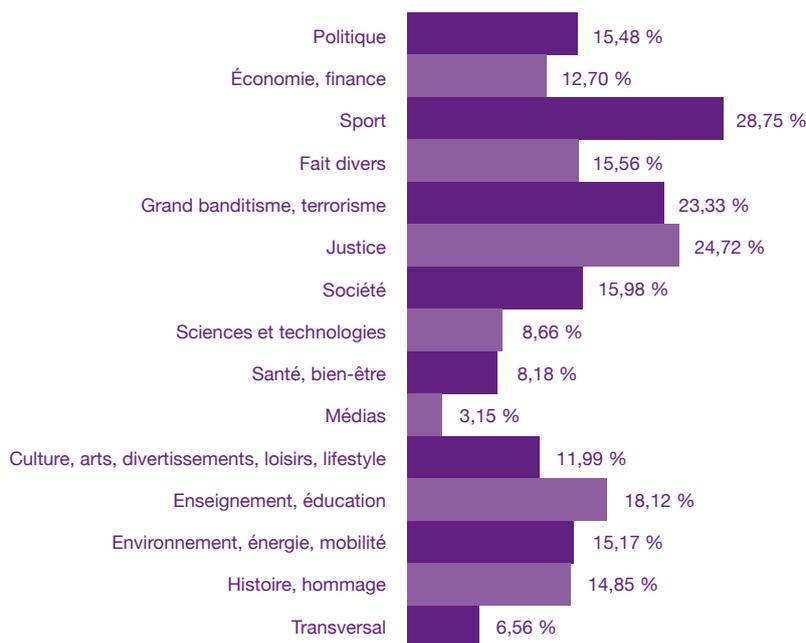
Tableau 58. Répartition des intervenant.e.s par origine perçue selon les thématiques de l'information – avec groupes multiculturels (2017)

	Perçu.e comme « blanc.he »	Perçu.e comme issu.e de la diversité	Total général
Politique	2.763 / 84,52%	506 / 15,48%	3.269 / 100,00%
Économie, finance	2.405 / 87,30%	350 / 12,70%	2.755 / 100,00%
Sport	932 / 71,25%	376 / 28,75%	1.308 / 100,00%
Fait divers	673 / 84,44%	124 / 15,56%	797 / 100,00%
Grand banditisme, terrorisme	276 / 76,67%	84 / 23,33%	360 / 100,00%
Justice	463 / 75,28%	152 / 24,72%	615 / 100,00%
Société	1.992 / 84,02%	379 / 15,98%	2.371 / 100,00%
Sciences et technologies	517 / 91,34%	49 / 8,66%	566 / 100,00%
Santé, bien-être	1.460 / 91,82%	130 / 8,18%	1.590 / 100,00%
Médias	1.015 / 96,85%	33 / 3,15%	1.048 / 100,00%
Culture, arts, divertissements, loisirs, lifestyle	4.471 / 88,01%	609 / 11,99%	5.080 / 100,00%
Enseignement, éducation	1.396 / 81,88%	309 / 18,12%	1.705 / 100,00%
Environnement, énergie, mobilité	962 / 84,83%	172 / 15,17%	1.134 / 100,00%
Histoire, hommage	1.221 / 85,15%	213 / 14,85%	1.434 / 100,00%
Transversal	627 / 93,44%	44 / 6,56%	671 / 100,00%

Nous avons exclu les personnes dont on ne peut identifier l'origine.

Les trois thématiques dans lesquelles la diversité est la plus présente sont : le sport (28,75% d'intervenant.e.s issu.e.s de la diversité), la justice (24,72%) et le grand banditisme-terrorisme (23,33%). Réseau de traite d'êtres humains, cyberattaques, procès, cambriolages, perquisitions, prostitution sont les principaux sujets développés dans ces deux dernières rubriques. Les intervenant.e.s y sont essentiellement perçu.e.s comme auteur.e.s d'actes répréhensibles ou comme victimes. Ces thématiques ne sont donc pas particulièrement valorisantes pour la représentation de la diversité des origines.

INTERVENANT.E.S PERÇU.E.S COMME ISSU.E.S DE LA DIVERSITÉ DANS CHAQUE THÉMATIQUE DE L'INFORMATION / 2017 - AVEC GROUPES MULTICULTURELS



On notera que plusieurs autres thématiques se situent un peu au-dessus de la moyenne quant à la représentation de la diversité sur l'ensemble des programmes d'information (soit 14,29%) : enseignement, éducation (18,12%), société (15,98%), faits divers (15,56%), politique (15,48%), environnement, énergie, mobilité (15,17%).

En revanche, l'économie et la finance se situent sous la moyenne (12,70%), tout comme la culture, l'art, le divertissement et les loisirs (11,99%). En outre, dans trois thématiques les intervenant.e.s perçu.e.s comme issu.e.s de la diversité sont en-dessous du seuil des 10% : les sujets médias (3,15%), santé et bien-être (8,18%) et sciences et technologies (8,66%).

Analysons ensuite les résultats en excluant les groupes multiculturels. Notre analyse porte dès lors sur un total de 23.873 intervenant.e.s.

Les thématiques dans lesquelles la diversité est la plus représentée ne changent pas, il s'agit toujours du sport, de la justice, du grand banditisme et du terrorisme. Toutefois les écarts entre ces sujets se résorbent. En effet, l'exclusion des groupes multiculturels fait diminuer nettement la proportion d'intervenant.e.s issu.e.s de la diversité dans les sujets sportifs : de 28,75% à 22,40% (soit -6,35%). La diversité des origines diminue de 3,06% lorsqu'on exclut les groupes multiculturels dans la thématique justice et de 1,52% dans celle consacrée au grand banditisme et au terrorisme. Mais ces dernières restent toujours au-dessus de 20% (respectivement 21,66% et 21,81%).

En revanche, le nombre de rubriques où la proportion d'intervenant.e.s issu.e.s de la diversité est supérieure à la moyenne des programmes d'information dans leur ensemble (11,31%) se restreint. En effet, trois thématiques sont un peu au-dessus de la moyenne : enseignement et éducation (14,51%), société (13,99%), environnement, énergie mobilité (13,26%). Les sujets politiques se situent désormais autour de la moyenne avec 11,10% d'intervenant.e.s issu.e.s de la diversité.

Tableau 59. Répartition des intervenant.e.s par origine perçue selon les thématiques de l'information – hors groupes multiculturels (2017)

	Perçu.e comme « blanc.he »	Perçu.e comme issu.e de la diversité	Total général
Politique	2.763 / 88,90%	345 / 11,10%	3.108 / 100,00%
Économie, finance	2.405 / 89,67%	277 / 10,33%	2.682 / 100,00%
Sport	932 / 77,60%	269 / 22,40%	1.201 / 100,00%
Fait divers	673 / 88,32%	89 / 11,68%	762 / 100,00%
Grand banditisme, terrorisme	276 / 78,19%	77 / 21,81%	353 / 100,00%
Justice	463 / 78,34%	128 / 21,66%	591 / 100,00%
Société	1.992 / 86,01%	324 / 13,99%	2.316 / 100,00%
Sciences et technologies	517 / 91,34%	49 / 8,66%	566 / 100,00%
Santé, bien-être	1.460 / 93,41%	103 / 6,59%	1.563 / 100,00%
Médias	1.015 / 97,88%	22 / 2,12%	1.037 / 100,00%
Culture, arts, divertissements, loisirs, lifestyle	4.471 / 90,74%	456 / 9,26%	4.927 / 100,00%
Enseignement, éducation	1.396 / 85,49%	237 / 14,51%	1.633 / 100,00%
Environnement, énergie, mobilité	962 / 86,74%	147 / 13,26%	1.109 / 100,00%
Histoire, hommage	1.221 / 89,98%	136 / 10,02%	1.357 / 100,00%
Transversal	627 / 93,86%	41 / 6,14%	688 / 100,00%

Nous avons exclu les personnes dont on ne peut identifier l'origine et les groupes multiculturels.

1.6 LES JOURNALISTES DANS L'INFORMATION

Analysons le rôle de journaliste dans le genre de l'information.

	2011	2012	2013	2017
Journaliste principal.e	238 / 18,50%	308 / 21,45%	292 / 16,01%	525 / 21,19%
Journaliste second.e	1.048 / 81,50%	1.128 / 78,55%	1.532 / 83,99%	1.953 / 78,81%
Total général	1.286 / 100,00%	1.436 / 100,00%	1.824 / 100,00%	2.478 / 100,00%

Si l'on compare l'effectif total des intervenant.e.s encodé.e.s en tant que journaliste au fil des Baromètres, on observe une progression croissante depuis 2011. En effet, le rôle de journaliste totalisait 1.286 unités en 2011, 1.436 en 2012, 1.824 en 2013 et enfin 2.478 en 2017. En revanche, la répartition des unités entre journaliste principal.e et second.e a relativement peu fluctué au fil du temps. En 2017, on dénombre 21,19% de journalistes principaux.ales et 78,81% de journalistes second.e.s.

Précisons toutefois que le nombre total d'intervenant.e.s encodé.e.s au sein du genre informationnel a lui aussi connu une augmentation entre 2011 et 2017 : 11.940 entrées en 2011, 17.057 en 2012, 20.951 en 2013 et enfin 30.235 en 2017. Dès lors, rapportée au nombre total d'intervenant.e.s encodé.e.s dans le genre informationnel, la part des journalistes connaît une relative stabilité au fil des Baromètres. Ils représentent 10,77% des intervenant.e.s de l'information en 2011, 8,42% en 2012, 8,71% en 2013 et 8,20% en 2017.

1.6.1 RÉPARTITION DES INTERVENANT.E.S PAR GENRE

Considérons la répartition des journalistes par genre. Nous avons exclu les personnes dont on ne peut identifier le genre et les groupes comportant plusieurs genres. Nos ana-

lyses portent dès lors sur 2.476 unités. Précisons que nous n'avons recensé aucune personne transgenre dans le rôle de journaliste.

	Journaliste principal.e	Journaliste second.e	Total général
Hommes	336 / 64,00%	1.035 / 53,05%	1.371 / 55,37%
Femmes	189 / 36,00%	916 / 46,95%	1.105 / 44,63%
Total général	525 / 100,00%	1.951 / 100,00%	2.476 / 100,00%

Nous avons exclu les personnes dont on ne peut identifier le genre et les groupes comportant plusieurs genres.

La proportion moyenne de femmes dans le rôle de journaliste est de 44,63%. C'est une progression de 6,44% par rapport à 2013 (la proportion était de 38,19%).

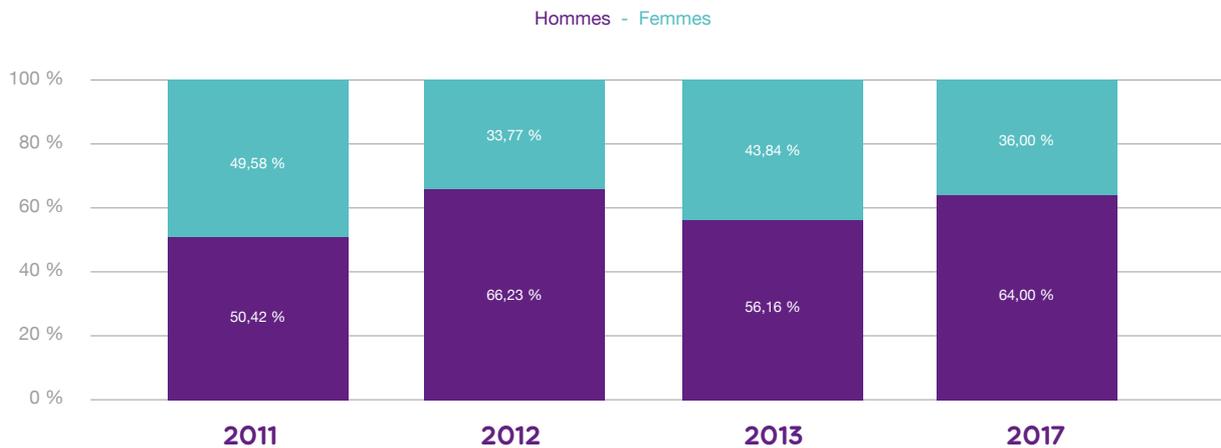
L'analyse de la répartition par rôle journalistique montre que la proportion d'hommes est supérieure à celle des femmes aussi bien dans le rôle de journaliste principal.e que second.e. De plus, la proportion de femmes est plus importante dans le rôle de journaliste second.e où l'on tend davantage vers la parité. On dénombre en effet 46,95% de femmes dans ce rôle pour 36,00% dans celui de journaliste principale.

Les femmes sont donc moins nombreuses que les hommes dans le rôle de journaliste même si des évolutions sont observées. En outre, lorsqu'elles sont présentées dans ce rôle, elles sont davantage au second plan de la mise en scène de l'information qu'au premier plan.

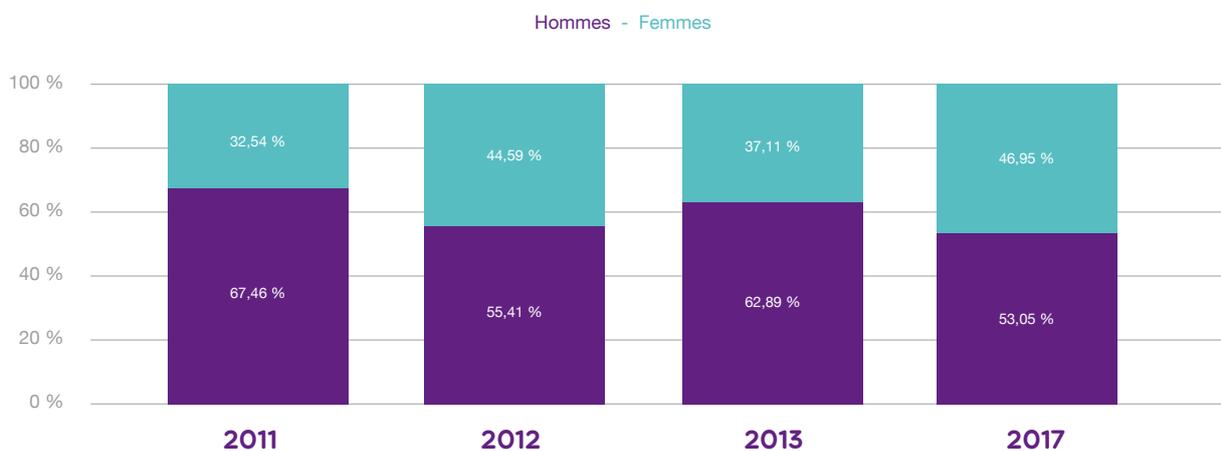
Ce constat apparaît aussi nettement lorsqu'on calcule les pourcentages en ligne : parmi les hommes, il y a 336 journalistes principaux sur un total de 1.371, soit 24,51%. En revanche, parmi les femmes, il y a 189 journalistes principales sur un total de 1.105, soit 17,10%. L'écart est ainsi de 7,41%.

L'examen diachronique des données montre que cette situation s'écarte de 2011 et 2013 mais se rapproche de 2012. En effet, en 2011 et 2013 les femmes étaient, proportionnellement à leur nombre plus fréquemment au premier plan qu'au second. En 2017, la proportion de femmes recule de 7,84% par rapport à 2013 dans le rôle de journaliste principale et augmente de 9,84% dans celui de journaliste seconde. Rappelons qu'en termes de méthodologie, l'échantillon se répartit sur deux semaines afin d'atténuer les effets liés à la rotation hebdomadaire des journalistes.

RÉPARTITION DES JOURNALISTES PRINCIPAUX.ALES PAR GENRE / 2011-2017



RÉPARTITION DES JOURNALISTES SECOND.E.S PAR GENRE / 2011-2017



Considérons pour chaque groupe d'éditeur de services la répartition des journalistes par genre.

Au sein des douze télévisions locales le rôle de journaliste se répartit comme suit selon le genre de l'intervenant.e : 52,19% d'hommes et 47,81% de femmes. L'écart entre la présence des femmes dans la société belge et dans le rôle de journaliste est donc de 3%. On se rapproche de la parité. Toutefois, on observe une différence importante entre les rôles de premier et de second plan. En effet, si les femmes sont 50,45% en tant que journalistes secondes, elles sont 38,02% à titre

principal. C'est au second plan que la parité s'installe. L'analyse diachronique permet de formuler plusieurs constats. Tout d'abord, la proportion moyenne de femmes dans le rôle de journaliste (quel que soit le niveau de visibilité) est passée de 45,59% en 2013 à 47,81% en 2017, soit une augmentation de 2,22%. Ensuite, la proportion de femmes dans le rôle de journalistes secondes a connu une augmentation de 2011 à 2017, passant de 43,75% à 50,45%. Ce rôle rejoint donc la parité en 2017. Enfin, la représentation des femmes à l'avant plan de l'information est irrégulière. En outre, elle a reculé de 5,65% de 2013 à 2017 (de 43,67% à 38,02%).

Tableau 62. Répartition des journalistes par genre – Télévisions locales (2017)

	Journaliste principal.e	Journaliste second.e	Total général
Hommes	225 / 61,98%	668 / 49,55%	893 / 52,19%
Femmes	138 / 38,02%	680 / 50,45%	818 / 47,81%
Total général	363 / 100,00%	1.348 / 100,00%	1.711 / 100,00%

Nous avons exclu les personnes dont on ne peut identifier le genre et les groupes comportant plusieurs genres.

RÉPARTITION DES JOURNALISTES PRINCIPAUX.ALES PAR GENRE - TÉLÉVISIONS LOCALES / 2011-2017

Hommes - Femmes



RÉPARTITION DES JOURNALISTES SECOND.E.S PAR GENRE - TÉLÉVISIONS LOCALES / 2011-2017

Hommes - Femmes



Au sein du groupe RTBF, le rôle de journaliste se répartit comme suit selon le genre de l'intervenant.e : 52,24% d'hommes et 47,76% de femmes. L'écart entre la présence des femmes dans la société belge et dans le rôle de journaliste est donc également de 3%. On observe des différences entre le premier plan et le second plan de la mise en scène de l'information, mais les écarts sont moindres que sur les chaînes locales. En effet le rôle de journaliste second.e est un peu plus proche de la parité que celui de journaliste principal.e : les femmes sont 48,22% dans le premier et 45,00% dans le deuxième. Il subsiste donc un écart de 10% entre les hommes et les femmes dans le rôle principal.

L'analyse diachronique montre que la proportion de femmes dans le rôle de journaliste (quel que soit le niveau de visibilité) est passée de 39,74% en 2013 à 47,76% en 2017, soit une augmentation de 8,02%. Toutefois les effectifs se répartissent différemment à l'avant-plan et au second plan de l'actualité. En effet, en 2013 les femmes étaient plus nombreuses que les hommes dans le rôle de journaliste principal.e. On dénombrait alors 58,90% de femmes et 41,10% d'hommes. En 2017, la proportion de femmes a chuté de 13,9% dans ce rôle. En revanche, s'agissant du rôle de journaliste second.e, elle a augmenté de 12,17% entre 2013 et 2017.

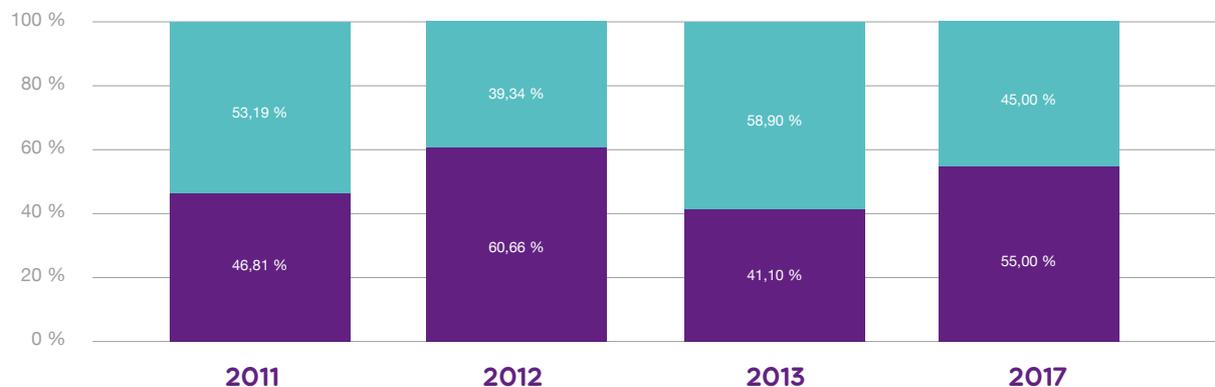
Tableau 63. Répartition des journalistes par genre – Groupe RTBF (2017)

	Journaliste principal.e	Journaliste second.e	Total général
Hommes	33 / 55,00%	189 / 51,78%	222 / 52,24%
Femmes	27 / 45,00%	176 / 48,22%	203 / 47,76%
Total général	60 / 100,00%	365 / 100,00%	425 / 100,00%

Nous avons exclu les personnes dont on ne peut identifier le genre et les groupes comportant plusieurs genres.

RÉPARTITION DES JOURNALISTES PRINCIPAUX.ALES PAR GENRE - GROUPE RTBF / 2011-2017

Hommes - Femmes



RÉPARTITION DES JOURNALISTES SECOND.E.S PAR GENRE - GROUPE RTBF / 2011-2017

Hommes - Femmes



Enfin, le groupe RTL affiche la plus faible proportion de femmes tant dans les rôles principaux que secondaires. En effet, la proportion moyenne de femmes journalistes (quel que soit le niveau de visibilité) est de 22,22% : moins d'un journaliste sur quatre est donc une femme. Plus spécifiquement, elles sont 23,08% à l'avant-plan de la mise en scène de l'actualité et 22,12% au second plan. L'analyse diachronique pointe un très fort recul de la proportion de femmes

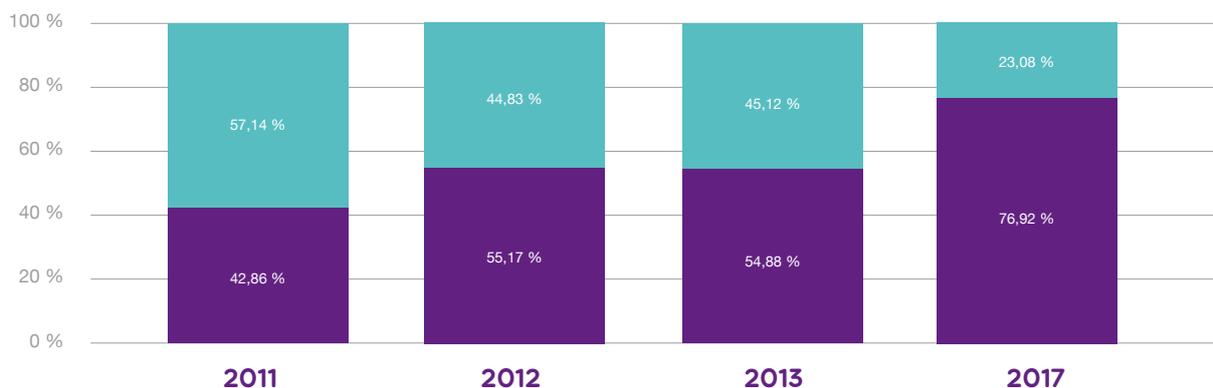
dans le rôle de journaliste principal.e au fil du temps et, plus spécifiquement, entre 2013 et 2017 : -22,04%. Quant au rôle de journaliste second.e, il avait enregistré une augmentation continue du nombre de femmes entre 2011 et 2013. Toutefois, de 2013 à 2017, la proportion de femmes a chuté elle aussi de 13,61%. Le recul de la présence des femmes s'observe donc tant à l'avant plan qu'au second plan de la mise en scène de l'actualité.

Tableau 64. Répartition des journalistes par genre – Groupe RTL (2017)			
	Journaliste principal.e	Journaliste second.e	Total général
Hommes	20 / 76,92%	176 / 77,88%	196 / 77,78%
Femmes	6 / 23,08%	50 / 22,12%	56 / 22,22%
Total général	26 / 100,00%	226 / 100,00%	252 / 100,00%

Nous avons exclu les personnes dont on ne peut identifier le genre et les groupes comportant plusieurs genres.

RÉPARTITION DES JOURNALISTES PRINCIPAUX.ALES PAR GENRE - GROUPE RTL / 2011-2017

Hommes - Femmes



RÉPARTITION DES JOURNALISTES SECOND.E.S PAR GENRE - GROUPE RTL / 2011-2017

Hommes - Femmes



Distinguons à présent au sein du rôle de journaliste, le degré de visibilité et de prise de parole à l'écran. Qu'en est-il de la répartition des journalistes par genre lorsque le niveau de participation médiatique augmente ou diminue ? Nous avons

dès lors réparti les 2.476 journalistes dont on peut identifier le genre selon leur niveau de participation médiatique. Le tableau ci-dessous se lit en lignes et non en colonnes.

Tableau 65. Répartition des niveaux de participation des journalistes par genre (2017)

	Homme	Femme	Total
Journaliste principal.e	336 / 64,00%	189 / 36,00%	525 / 100,00%
Que l'on voit et qui parle	257 / 63,93%	145 / 36,07%	402 / 100,00%
Que l'on voit mais qui ne parle pas	0 / 0,00%	1 / 100,00%	1 / 100,00%
Qui parle mais que l'on ne voit pas	79 / 64,75%	43 / 35,25%	122 / 100,00%
Journaliste second.e	1.035 / 53,05%	916 / 46,95%	1.951 / 100,00%
Que l'on voit et qui parle	222 / 50,45%	218 / 49,55%	440 / 100,00%
Que l'on voit mais qui ne parle pas	16 / 41,03%	23 / 58,97%	39 / 100,00%
Qui parle mais que l'on ne voit pas	797 / 54,14%	675 / 45,86%	1.472 / 100,00%
Total général	1.371 / 55,37%	1.105 / 44,63%	2.476 / 100,00%

Nous avons exclu les personnes dont on ne peut identifier le genre et les groupes comportant plusieurs genres.

Assez logiquement, le tableau met en exergue que les journalistes principaux.ales sont plus nombreux.euses dans le niveau de participation le plus élevé (que l'on voit et qui parle, 402 unités) que dans les deux autres niveaux. À l'inverse, les journalistes second.e.s sont plus nombreux.euses à avoir un niveau de participation médiatique plus faible (qui parle mais qu'on ne voit pas, 1472 unités).

Ensuite, du point de vue des journalistes principaux.ales, la répartition hommes-femmes paraît assez semblable quel que soit le niveau de participation médiatique : le niveau « que l'on voit et qui parle » recense 36,07% de femmes et celui « qui

parle mais que l'on ne voit pas » 35,25% de femmes. Néanmoins, l'analyse diachronique du niveau de participation le plus élevé met en exergue des fluctuations dans la proportion de femmes au fil du temps. En effet, les journalistes placés au premier plan de l'actualité (principaux, que l'on voit et qui parlent) étaient en majorité des femmes en 2011 (53,37%). La proportion de femmes a nettement chuté à partir de 2012 (36,14%) et a connu une augmentation en 2013 (43,90%). En revanche, de 2013 à 2017, on observe un nouveau recul de 7,83%, pour revenir à une proportion analogue à celle de 2012.

RÉPARTITION DES JOURNALISTES PRINCIPAUX.ALES QUE L'ON VOIT ET QUI PARLENT PAR GENRE / 2011-2017



Enfin, s'agissant des journalistes second.e.s, les femmes sont majoritaires dans le rôle le plus passif (que l'on voit mais qui ne parle pas). Elles sont, proportionnellement à leur nombre, moins présentes dans le niveau de participation le plus élevé (que l'on voit et qui parle). Néanmoins, on y observe une cer-

taine parité entre les femmes et les hommes. Qui plus est, d'un point de vue diachronique, la proportion de femmes que l'on voit et qui parlent chez les journalistes second.e.s a nettement augmenté de 2013 à 2017 : de 31,14% à 49,55%.

RÉPARTITION DES JOURNALISTES SECOND.E.S QUE L'ON VOIT ET QUI PARLENT PAR GENRE / 2011-2017



1.6.2 RÉPARTITION DES INTERVENANT.E.S PAR ÂGE

Étudions la répartition des journalistes de l'information par classes d'âge. Aux fins de l'analyse, nous excluons les intervenant.e.s dont l'âge n'a pas pu faire l'objet d'une

identification ainsi que les groupes comprenant plusieurs classes d'âge. Nos analyses portent donc sur un total de 840 intervenant.e.s.

Tableau 66. Répartition des journalistes par classes d'âge (2017)

	Journaliste principal.e	Journaliste second.e	Total général
< ou égal 12	0 / 0,00%	0 / 0,00%	0 / 0,00%
13-18	0 / 0,00%	0 / 0,00%	0 / 0,00%
19-34	100 / 24,81%	91 / 20,82%	191 / 22,74%
35-49	249 / 61,79%	207 / 47,37%	456 / 54,29%
50-64	54 / 13,40%	138 / 31,58%	192 / 22,86%
> ou égal à 65	0 / 0,00%	1 / 0,23%	1 / 0,12%
Total général	403 / 100,00%	437 / 100,00%	840 / 100,00%

Nous excluons les intervenant.e.s dont l'âge n'a pas pu faire l'objet d'une identification ainsi que les groupes comprenant plusieurs classes d'âge.

Comme le montre le tableau ci-dessus, 54,29% des journalistes des programmes d'information relèvent de la tranche d'âge 35-49 ans. Cette tranche d'âge concentre la majorité des occurrences tant pour les journalistes principaux.ales que pour les journalistes second.e.s. Toutefois, on observe un écart de 14,42% entre la proportion de journalistes principaux.ales et second.e.s dans la classe d'âge 35-49 ans. La proportion de 35-49 ans est accrue dans les rôles journalistiques de premier plan. Ils sont 61,79%. En revanche, dans les rôles moins en vue, les effectifs sont plus largement distribués sur les différentes classes d'âge. Les 35-49 ans constituent

47,37% des journalistes second.e.s et les 50-64 ans 31,58%. Cette dernière tranche d'âge est ainsi plus représentée au second plan qu'à l'avant-plan de la mise en scène de l'actualité. Les journalistes principaux de 50 à 64 ans sont 13,40%.

Ainsi, on observe une tendance au « jeunisme » renforcée pour les rôles journalistiques de premier plan. En effet, les 19-34 ans et les 35-49 ans constituent ensemble 86,60% des journalistes principaux.ales pour 68,19% des journalistes second.e.s.

Croisons cette variable avec celle relative au genre de l'intervenant.e.

Tableau 67. Répartition des journalistes par âge et genre (2017)

	Hommes	Femmes	Total général
< ou égal 12	0 / 0,00%	0 / 0,00%	0 / 0,00%
13-18	0 / 0,00%	0 / 0,00%	0 / 0,00%
19-34	127 / 26,51%	64 / 17,73%	191 / 22,74%
35-49	230 / 48,02%	226 / 62,60%	456 / 54,29%
50-64	121 / 25,26%	71 / 19,67%	192 / 22,86%
> ou égal à 65	1 / 0,21%	0 / 0,00%	1 / 0,12%
Total général	479 / 100,00%	361 / 100,00%	840 / 100,00%

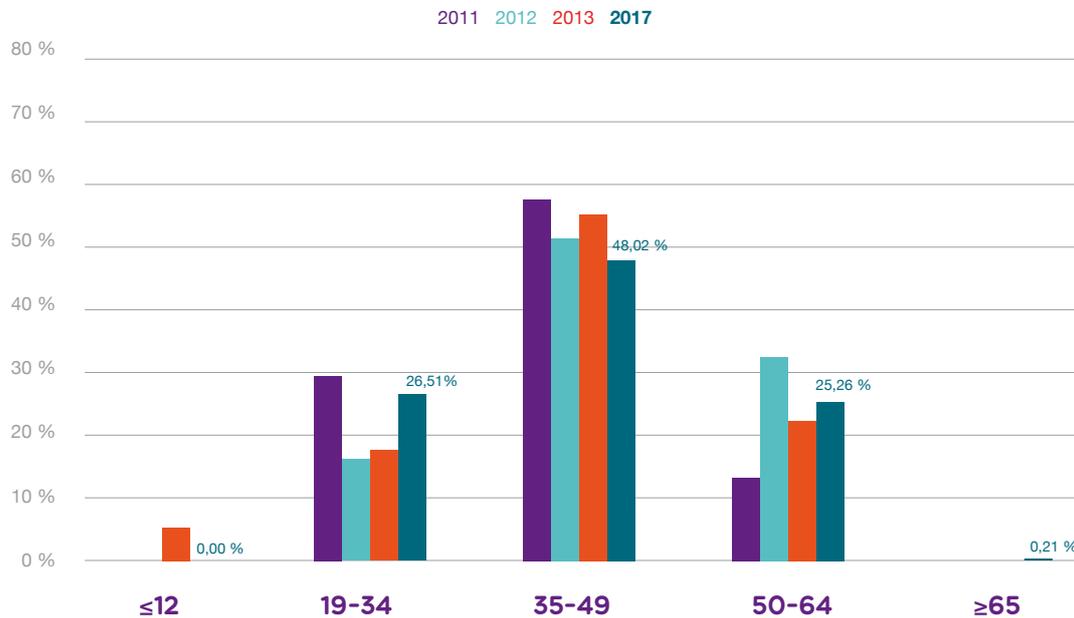
Nous avons exclu les personnes dont on ne peut identifier le genre, l'âge, les groupes comportant plusieurs genres et plusieurs classes d'âge.

En 2017, les journalistes masculins comme féminins concentrent leurs effectifs sur la classe d'âge des 35-49 ans. On y observe 48,02% d'hommes et 62,60% de femmes. En outre, il est intéressant d'observer que les hommes sont plus nombreux que les femmes dans la tranche d'âge des 19-34 ans. C'est une situation inverse à ce que nous observions précédemment. Toutefois, le regroupement des classes d'âge tend à nuancer ce constat d'un jeunisme qui pèserait moins fortement sur les journalistes féminines. En effet, les 19-34 ans et les 35-49 ans regroupent ensemble 74,53% des hommes et 80,33% des femmes. Les journalistes féminines restent donc globalement concentrées sur les classes d'âge plus jeunes. À l'appui de ce constat, on mentionnera que les journalistes masculins de 50 à 64 ans sont représentés à hauteur de 25,26% pour 19,67% s'agissant de leurs homologues féminines.

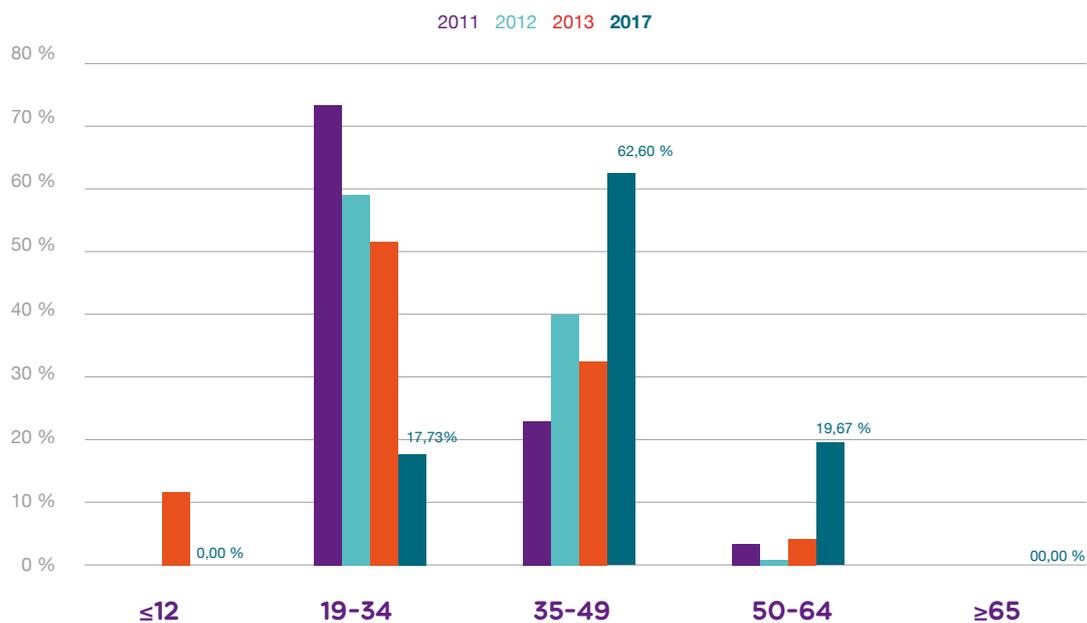
L'analyse diachronique met en évidence que la proportion de journalistes masculins de 19 à 34 ans a connu une augmentation continue de 2012 à 2017 : de 16,00% à 26,51%. En revanche, les journalistes féminines de cette tranche d'âge sont passées de 73,61% en 2011 à 17,73% en 2017. Ainsi, entre 2011 et 2013, la proportion de femmes de 19 à 34 ans a toujours été plus nombreuse que celle des hommes. C'est la tendance inverse qui apparaît en 2017. En regard de cette diminution, la proportion de femmes journalistes de 35 à 49 ans a connu une augmentation très marquée entre 2013 et 2017 en passant de 32,78% à 62,60%. De plus, alors que les femmes de 50 à 64 ans ont été quasiment exclues des rôles journalistiques entre 2011 et 2013, elles sont près de 20% (19,67%) en 2017. Parmi les hypothèses explicatives, on mentionnera l'augmentation la part des intervenant.e.s des télévisions locales dans le genre informationnel. Elle est passée de 46,68% en 2011 à 68,38% en 2017 (+ 16,67%). Or, les éditeurs qui recensent la proportion la plus élevée de femmes journalistes de 50 à 64 ans sont précisément des chaînes locales.

De manière transversale, on observe donc en 2017 un « vieillissement » dans les représentations journalistiques des femmes et un rajeunissement dans les représentations des journalistes masculins. Gardons toutefois à l'esprit que la proportion de femmes de 19 à 49 ans reste supérieure à celle des hommes.

RÉPARTITION DES JOURNALISTES DE GENRE MASCULIN PAR CLASSES D'ÂGE / 2011-2017



RÉPARTITION DES JOURNALISTES DE GENRE FÉMININ PAR CLASSES D'ÂGE / 2011-2017



1.6.3 RÉPARTITION DES INTERVENANT.E.S PAR ORIGINE

Étudions à présent la répartition des journalistes selon le marqueur de perception de l'origine. Nous excluons de l'analyse les intervenant.e.s dont l'origine n'a pas pu être définie. Notre analyse porte dès lors sur un total de 842 intervenant.e.s. Il n'y a pas de groupe multiculturel, aucun.e journaliste n'ayant été associé.e à un groupe.

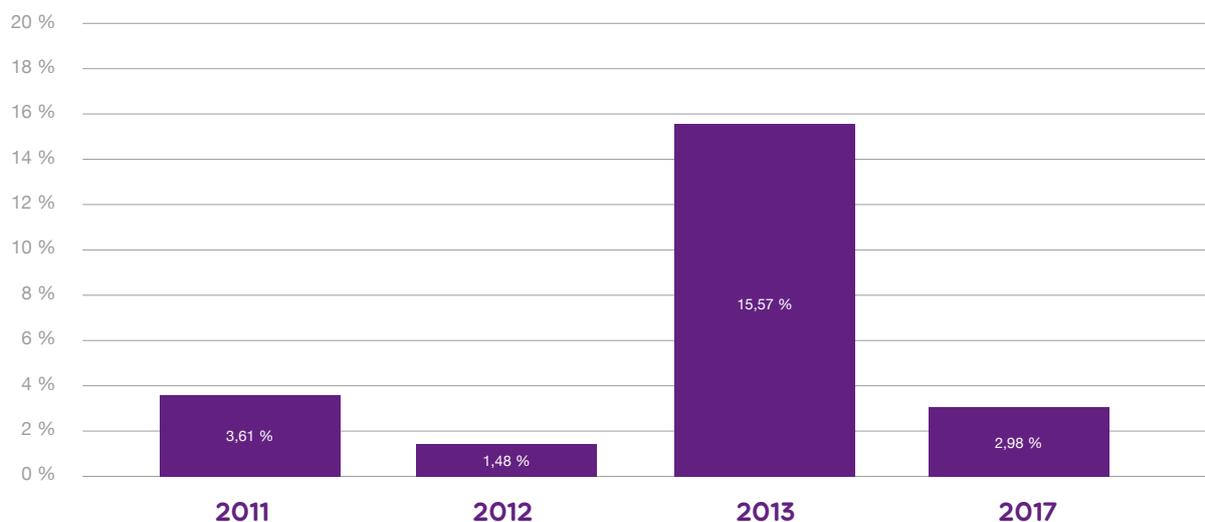
	Journaliste principal.e	Journaliste second.e	Total général
Perçu.e comme « blanc.he »	391 / 97,02%	429 / 97,72%	820 / 97,39%
Perçu.e comme issu.e. de la diversité	12 / 2,98%	10 / 2,28%	22 / 2,61%
Total général	403 / 100,00%	439 / 100,00%	842 / 100,00%

Nous excluons de l'analyse les intervenant.e.s dont l'origine n'a pas pu être définie.

Sur les 842 journalistes dont l'origine a pu être déterminée, 22 sont perçu.e.s comme étant issu.e.s de la diversité, soit 2,61%. C'est une proportion très largement inférieure à la représentation de la diversité des origines dans le genre informationnel dans son ensemble (11,31% en excluant les groupes multiculturels). Par ailleurs, nous n'observons pas de différence significative dans la représentation de la diversité

entre l'avant-plan et le second plan de la mise en scène de l'actualité. En effet, les journalistes perçu.e.s comme issu.e.s de la diversité sont 2,98% à titre principal et 2,28% à titre second. Précisons que la moitié de ces 22 intervenant.e.s sont sur les chaînes de la RTBF. Les autres se distribuent entre Canal Z, BX1, RTL-TVi et TV Lux.

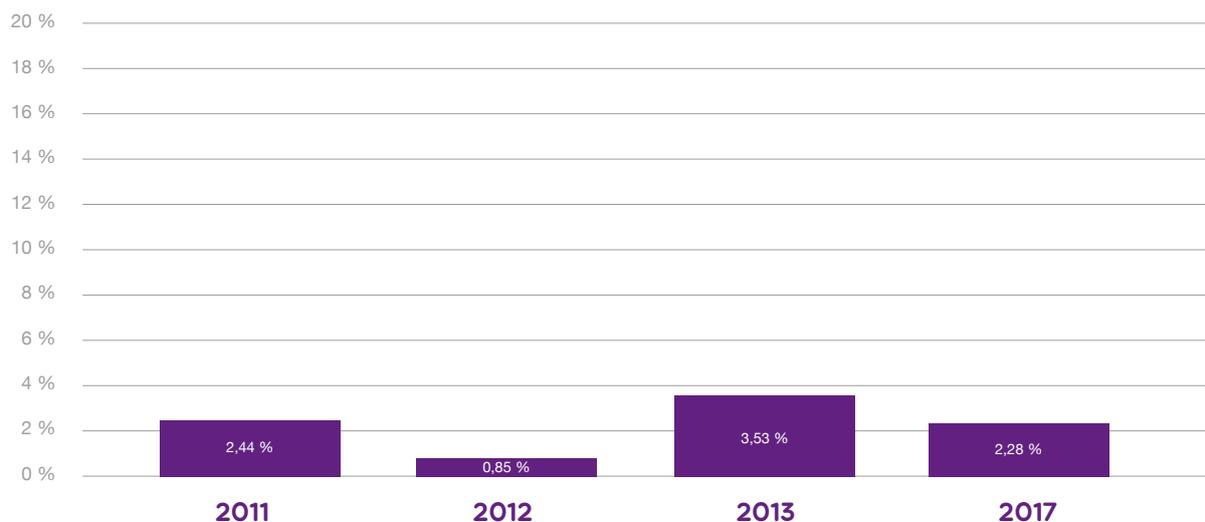
JOURNALISTES PRINCIPAUX.ALES PERÇU.E.S COMME ISSU.E.S DE LA DIVERSITÉ / 2011-2017



En 2013 nous recensons 11,11% de journalistes perçu.e.s comme issu.e.s de la diversité. En outre, l'examen de la répartition de la diversité des origines dans le rôle de journaliste principal.e au fil des Baromètres montre qu'une forte augmentation a été enregistrée en 2013. Nous recensons alors 15,57% de journalistes principaux.ales perçu.e.s comme issu.e.s de la diversité. En 2017, cette proportion a

nettement chuté pour revenir à une valeur analogue à celles observées au cours des premiers Baromètres. Précisons qu'en 2013, 60% de ces intervenant.e.s de premier plan étaient encodé.e.s dans *Les Niuuzz* sur La Trois et dans le journal de RTC Télé Liège.

JOURNALISTES SECOND.E.S PERÇU.E.S COMME ISSU.E.S DE LA DIVERSITÉ / 2011-2017



En outre, en 2013, nous soulignons que cette augmentation de la diversité des origines se faisait prioritairement à l'avant-plan de l'actualité. En effet, dans le rôle de journaliste second.e, nous enregistrons 3,53% de journalistes perçu.e.s comme issu.e.s de la diversité, soit un écart de 12% par

rapport au premier plan de l'actualité. En 2017, on observe peu de différences entre ces différents niveaux de visibilité. En outre, la proportion de journalistes second.e.s perçu.e.s comme issu.e.s de la diversité a aussi un peu reculé : elle est passée de 3,53% en 2013 à 2,28% en 2017.

- PARTIE 2 -
DEUX ANGLES
D'ATTAQUE

2.0

L'IDENTIFICATION
DE L'INTERVENANT.E

2.0

L'IDENTIFICATION DE L'INTERVENANT.E

Cette section est consacrée à l'examen des marqueurs d'identification des intervenant.e.s. Elle vise à intégrer des composantes discursives (mentions) et des données relatives au contexte d'apparition des intervenant.e.s (perception, marqueur social).

2.1

LES MENTIONS

Pour introduire un.e intervenant.e, le média peut utiliser plusieurs types de mentions : une mention écrite, une mention orale, une mention écrite et orale. Il se peut aussi qu'aucune mention ne vienne cadrer l'intervention, l'acteur.trice devient alors anonyme. Il.Elle n'est pas reconnu.e dans l'espace médiatique pour son identité propre. Nous définissons en effet le terme de « mention » comme l'indication du prénom et/ou du nom et/ou de la profession des intervenant.e.s. Rappelons que la modalité « mention écrite et orale » a été ajoutée au cours du Baromètre 2012 afin de mieux prendre en considération les différents cas de figure qui se présentaient. Cet encodage plus fin s'est opéré au détriment de la catégorie « mention écrite » qui reprenait au cours du Baromètre 2011 à la fois les mentions strictement écrites et celles écrites et orales.

Comme le montre le tableau ci-dessous, on note qu'entre 2011 et 2012 la proportion d'intervenant.e.s qui ne font l'objet d'aucune mention s'est accrue. Cette proportion s'est stabilisée en 2013 à 72,76%. En 2017, on observe que la proportion d'intervenant.e.s dont les composantes identitaires ne sont pas mentionnées a augmenté de 4,21% : elle est désormais de 76,97%.

La proportion de mentions écrites a diminué de 2013 à 2017 (-4,39%). Les mentions orales ainsi que écrites et orales connaissent de légères fluctuations : -1,16% pour les premières et +1,34% pour les deuxièmes.

Tableau 69. Mentions de l'intervenant.e (2011-2017)

	2011	2012	2013	2017
Aucune mention	15.903 / 67,22%	28.182 / 73,14%	46.253 / 72,76%	63.859 / 76,97%
Mention écrite	5.351 / 22,62%	4.505 / 11,69%	8.730 / 13,73%	7.750 / 9,34%
Mention orale	2.403 / 10,16%	4.039 / 10,48%	5.821 / 9,16%	6.634 / 8,00%
Mention écrite et orale	** / 0,00%	1.805 / 4,68%	2.764 / 4,35%	4.718 / 5,69%
Total général	23.657 / 100,00%	38.531 / 100,00%	63.568 / 100,00%	82.961 / 100,00%

2.1.1

RÉPARTITION DES INTERVENANT.E.S PAR GENRE

Considérons la répartition des mentions selon le genre de l'intervenant.e. Nous nous focalisons sur les intervenant.e.s que l'on voit et qui parlent, comme nous l'avons fait pour les Baromètres précédents. Au vu de ce cadrage méthodolo-

gique, nous dénombrons 11.200 hommes, 6.392 femmes, 2 personnes transgenres et 2 personnes travesties. Les effectifs très faibles pour ces deux derniers genres ne permettent pas de pousser plus en avant les analyses.

Tableau 70. Mentions de l'intervenant.e par genre – que l'on voit et qui parle (2017)

	Hommes	Femmes	Total général
Aucune mention	3.017 / 26,94%	2.553 / 39,94%	5.570 / 31,66%
Mention écrite	4.432 / 39,57%	2.140 / 33,48%	6.572 / 37,36%
Mention orale	1.333 / 11,90%	745 / 11,66%	2.078 / 11,81%
Mention écrite et orale	2.418 / 21,59%	954 / 14,92%	3.372 / 19,17%
Total général	11.200 / 100,00%	6.392 / 100,00%	17.592 / 100,00%

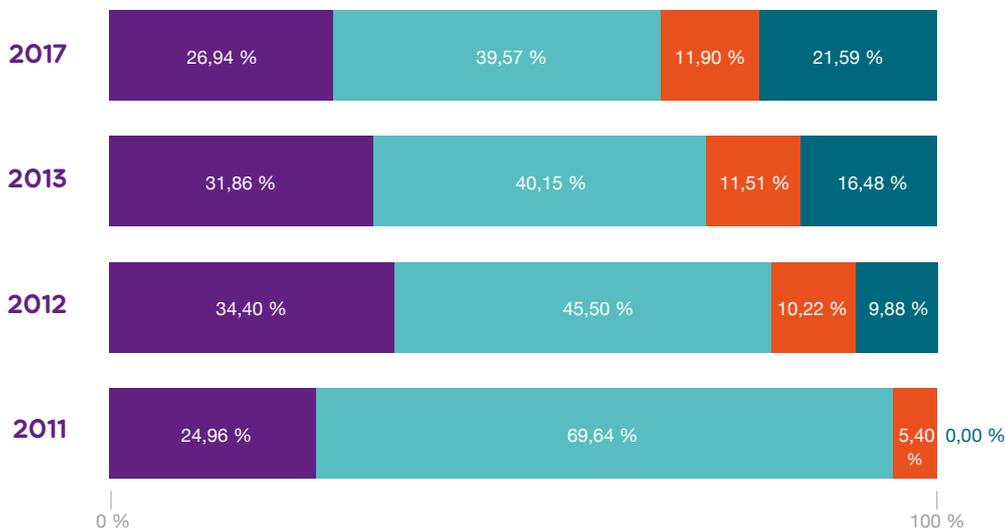
Nous avons exclu les personnes dont on ne peut identifier le genre, les groupes comportant plusieurs genres, les personnes transgenres et travesties.

On remarque que les femmes apparaissent plus fréquemment que les hommes sans aucune mention, c'est-à-dire dénuées d'attributs identitaires. Ainsi, parmi les hommes 26,94% ne font l'objet d'aucune mention contre 39,94% pour les femmes, l'écart est donc de 13%. En outre, les hommes sont

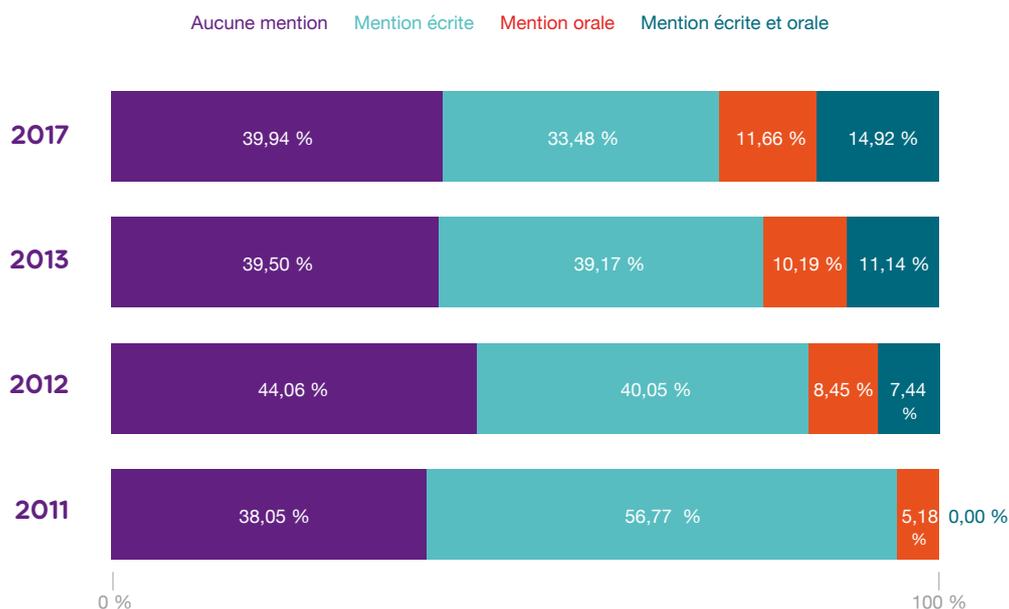
plus nombreux à faire l'objet d'une mention complète écrite et orale : ils sont 21,59% pour 14,92% des femmes. Enfin, précisons que les deux personnes transgenres et les deux personnes travesties ont fait l'objet d'une mention soit orale, soit écrite et orale.

MENTIONS DES HOMMES QUE L'ON VOIT ET QUI PARLENT / 2011-2017

Aucune mention Mention écrite Mention orale Mention écrite et orale



MENTIONS DES FEMMES QUE L'ON VOIT ET QUI PARLENT / 2011-2017



L'analyse diachronique montre que la proportion de femmes qui ne font l'objet d'aucune mention est restée stable entre 2013 et 2017. Par contre, la proportion d'hommes qui ne font l'objet d'aucune mention a diminué (de 31,86% en 2013 à 26,94% en 2017), si bien que l'écart entre les hommes et les femmes qui ne font pas l'objet de mention s'est creusé. Il est passé de 7,64% en 2013 à 13% en 2017.

Enfin, on notera que la proportion de femmes qui font l'objet d'une mention complète, à la fois écrite et orale a augmenté au fil du temps : 7,44% en 2012, 11,14% en 2013 et 14,92% en 2017. Cette proportion a aussi augmenté chez les hommes et avec des écarts plus importants.

Excluons à présent la modalité « aucune mention » pour se focaliser exclusivement sur les intervenant.e.s qui font l'objet d'une mention. Nos analyses portent donc sur 12.022 intervenant.e.s.

Tableau 71. Types de mentions de l'intervenant.e par genre – que l'on voit et qui parle (2017)

	Hommes	Femmes	Total général
Mention écrite	4.432 / 54,16%	2.140 / 55,74%	6.572 / 54,67%
Mention orale	1.333 / 16,29%	745 / 19,41%	2.078 / 17,28%
Mention écrite et orale	2.418 / 29,55%	954 / 24,85%	3.372 / 28,05%
Total général	8.183 / 100,00%	3.839 / 100,00%	12.022 / 100,00%

Nous avons exclu les personnes dont on ne peut identifier le genre, les groupes comportant plusieurs genres, les personnes transgenres et travesties.

On observe que la mention écrite, qui fixe l'identité de l'intervenant.e pour le.la téléspectateur.trice est la plus fréquente, tant chez les hommes que chez les femmes. Les écarts entre les femmes et les hommes sont assez faibles à

cet égard. Comme nous l'avons déjà souligné la proportion de mentions complètes, à la fois écrites et orales, est plus faible chez les femmes que chez les hommes.

2.1.2

RÉPARTITION DES INTERVENANT.E.S PAR ORIGINE

Analysons la répartition des mentions selon l'origine perçue de l'intervenant.e. Nous nous focalisons sur les individus que l'on voit et qui parlent. Nous excluons de l'analyse les

intervenant.e.s dont l'origine n'a pas pu être identifiée. Nous incluons les groupes multiculturels. Nos analyses portent donc sur un total de 17.395 intervenant.e.s.

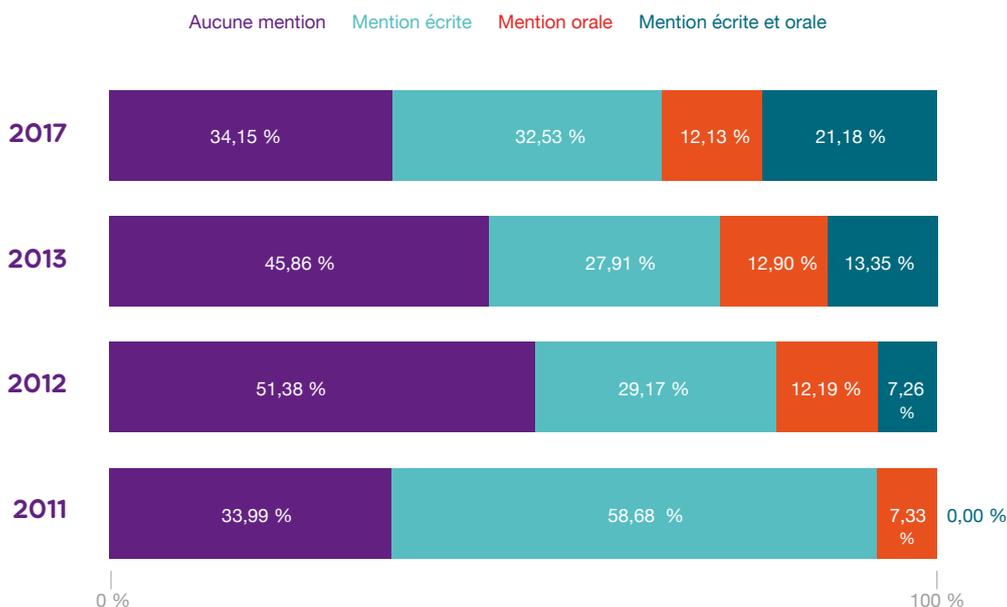
	Perçu.e comme « blanc.he »	Perçu.e comme issu.e de la diversité	Total général
Aucune mention	4.807 / 31,05%	653 / 34,15%	5.460 / 31,39%
Mention écrite	5.908 / 38,16%	622 / 32,53%	6.530 / 37,54%
Mention orale	1.825 / 11,79%	232 / 12,13%	2.057 / 11,83%
Mention écrite et orale	2.943 / 19,01%	405 / 21,18%	3.348 / 19,25%
Total général	15.483 / 100,00%	1.912 / 100,00%	17.395 / 100,00%

Nous excluons de l'analyse les intervenant.e.s dont l'origine n'a pas pu être identifiée.

Parmi les intervenant.e.s issu.e.s de la diversité, 34,15% ne font l'objet d'aucune mention identitaire. Cette proportion est de 31,05% pour les intervenant.e.s perçu.e.s comme « blanc.he.s ». L'écart est ainsi de 3,10%.

En revanche, on notera que les intervenant.e.s issu.e.s de la diversité font un petit peu plus fréquemment l'objet d'une mention complète, écrite et orale, que les individus perçus comme « blancs ».

MENTIONS DES INTERVENANT.E.S QUE L'ON VOIT ET QUI PARLENT PERÇU.E.S COMME ISSU.E.S DE LA DIVERSITÉ - AVEC GROUPES MULTICULTURELS / 2011-2017



L'analyse diachronique de l'attribution des mentions montre que la tendance à ne pas préciser les attributs identitaires des intervenant.e.s perçu.e.s comme issu.e.s de la diversité s'est nettement réduite entre 2012 et 2017 : de 51,38% à 34,15%. L'écart 2013-2017 est de -11,7%.

En outre, on note que l'écart entre les intervenant.e.s perçu.e.s comme blanc.he.s et ceux.celles perçu.e.s comme issu.e.s de la diversité qui ne font pas l'objet de mention s'est nettement résorbé de 2012 à 2017. Cet écart – en défaveur des personnes issu.e.s de la diversité – était en effet de 14,57% en 2012 et 12,71% en 2013. Il est de 3,11% en 2017.

Enfin, on notera que la proportion de mentions complètes, à la fois écrites et orales, s'est accrue au fil du temps pour les personnes issu.e.s de la diversité. Elle est passée de 7,26% en 2012 à 21,18% en 2017. Les constats sont donc encourageants à cet égard.

Excluons à présent la modalité « aucune mention » pour se focaliser exclusivement sur les intervenant.e.s qui font l'objet d'une mention. Nos analyses portent donc sur 11.935 intervenant.e.s.

	Perçu.e comme « blanc.he »	Perçu.e comme issu.e de la diversité	Total général
Mention écrite	5.908 / 55,34%	622 / 49,40%	6.530 / 54,71%
Mention orale	1.825 / 17,09%	232 / 18,43%	2.057 / 17,24%
Mention écrite et orale	2.943 / 27,57%	405 / 32,17%	3.348 / 28,05%
Total général	10.676 / 100,00%	1.259 / 100,00%	11.935 / 100,00%

Nous excluons de l'analyse les intervenant.e.s dont l'origine n'a pas pu être identifiée.

Lorsqu'une mention existe, on observe que celle écrite, qui fixe l'identité de l'intervenant.e pour le.la téléspectateur.trice, est la plus fréquente quelle que soit l'origine perçue. Les intervenant.e.s perçu.e.s comme blanc.he.s font un peu plus souvent l'objet d'une mention écrite mais un peu moins souvent l'objet d'une mention complète, à la fois écrite et orale. Surtout on observe que l'écart dans l'attribution des mentions écrites selon l'origine perçue s'est résorbé en 2017 comparativement à 2013. Il était de 10,75% en défaveur des personnes issues de la diversité en 2013. Il est de 5,94% en 2017.

2.1.3

RÉPARTITION DES INTERVENANT.E.S PAR ÂGE

Étudions la distribution des mentions selon les classes d'âge. Aux fins de l'analyse, nous excluons les intervenant.e.s dont l'âge n'a pas pu faire l'objet d'une identification ainsi que les groupes comprenant plusieurs tranches d'âge. Comme pré-

cedemment, nous nous focalisons sur les individus que l'on voit et qui parlent. Nos analyses portent donc sur un total de 17.286 intervenant.e.s.

Tableau 74. Mentions de l'intervenant.e selon les classes d'âge – que l'on voit et qui parle (2017)

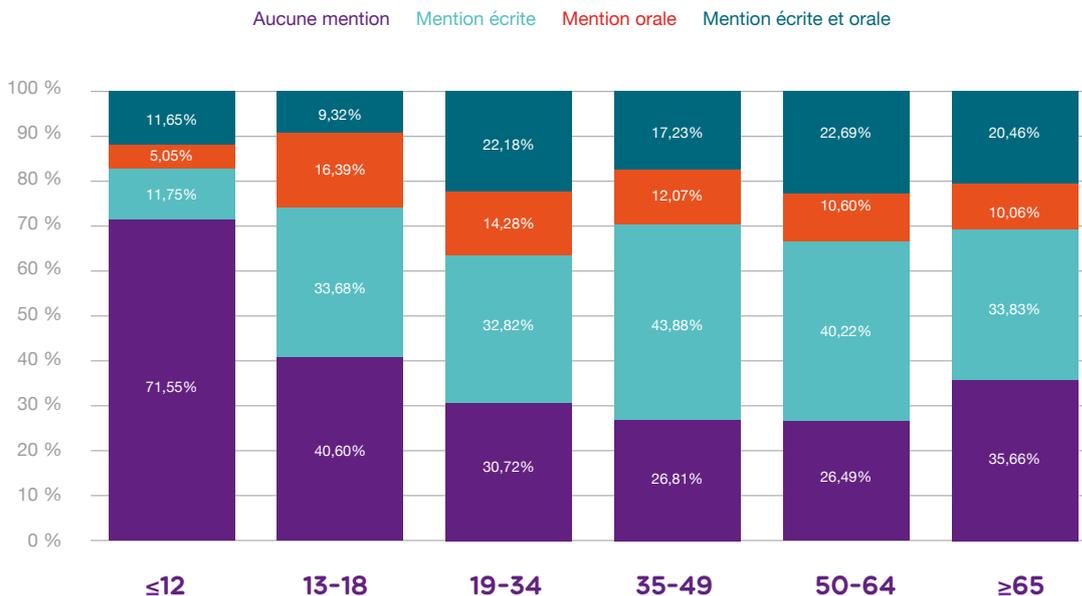
	< ou égal à 12	13-18	19-34	35-49	50-64	> ou égal à 65	Total général
Aucune mention	694 / 71,55%	270 / 40,60%	1.198 / 30,72%	1.659 / 26,81%	1.242 / 26,49%	312 / 35,66%	5.375 / 31,09%
Mention écrite	114 / 11,75%	224 / 33,68%	1.280 / 32,82%	2.715 / 43,88%	1.886 / 40,22%	296 / 33,83%	6.515 / 37,69%
Mention orale	49 / 5,05%	109 / 16,39%	557 / 14,28%	747 / 12,07%	497 / 10,60%	88 / 10,06%	2.047 / 11,84%
Mention écrite et orale	113 / 11,65%	62 / 9,32%	865 / 22,18%	1.066 / 17,23%	1.064 / 22,69%	179 / 20,46%	3.349 / 19,37%
Total général	970 / 100,00%	665 / 100,00%	3.900 / 100,00%	6.187 / 100,00%	4.689 / 100,00%	875 / 100,00%	17.286 / 100,00%

Nous excluons les intervenant.e.s dont l'âge n'a pas pu faire l'objet d'une identification ainsi que les groupes comprenant plusieurs tranches d'âge.

En 2017, on constate qu'au plus l'âge de l'intervenant.e augmente, au plus la propension à mentionner ses attributs identitaires augmente, à une exception : les personnes de 65 ans et plus. Ainsi, l'absence de mention vaut pour 71,55% des enfants de 12 ans ou moins, 40,60% des adolescents de 13 à 18 ans, 30,72% des 19-34 ans, 26,81% des 35-49 ans et 26,49% des 50-64 ans. L'absence de mention diminue

donc avec l'âge. En revanche, elle remonte à 35,66% pour les personnes de 65 ans ou plus. À l'instar des plus jeunes, les personnes âgées sont souvent dépersonnalisées, dénuées des caractéristiques qui fondent leur identité. C'est vrai pour plus d'une personne de 65 ans ou plus sur trois en 2017. Ce constat avait déjà été formulé précédemment. Toutefois, on observe des évolutions.

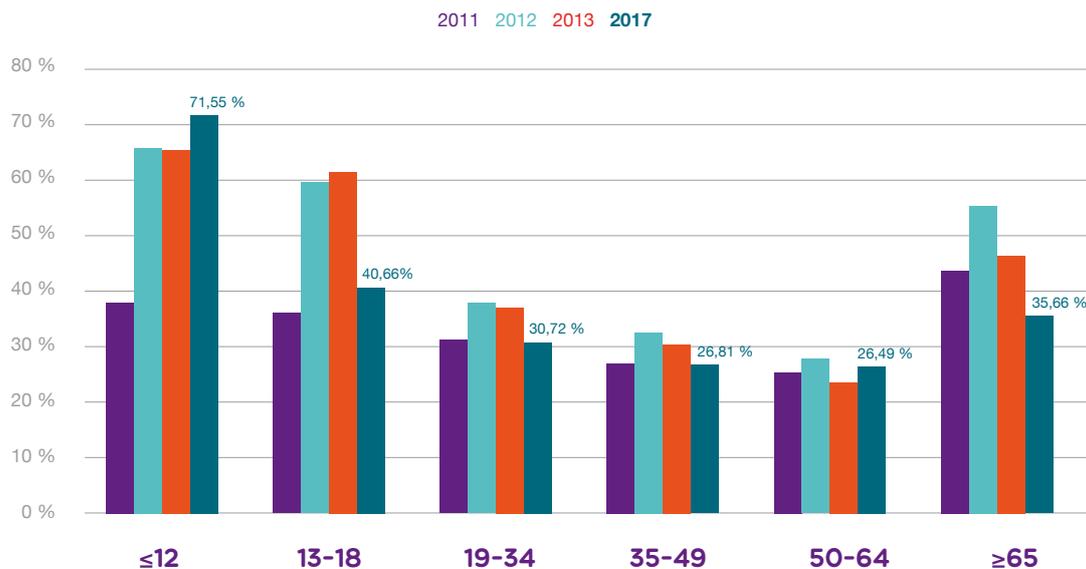
RÉPARTITION DES MENTIONS DES INTERVENANT.E.S QUE L'ON VOIT ET QUI PARLENT PAR CLASSES D'ÂGE / 2017



L'analyse diachronique montre que l'absence de mention des attributs identitaires de l'intervenant.e a reculé pour les personnes âgées de 65 ans ou plus entre 2012 et 2017. Cette modalité est en effet passée de 55,29% à 35,66%, ce qui est une tendance encourageante. Plus précisément, le recul est de -19,63% de 2012 à 2017 et de -10,79% de 2013 à 2017. L'absence de mention a aussi reculé de 2013 à 2017 pour les adolescents (-20,74%), les jeunes adultes de 19-34 ans (-6,5%) et les personnes de 35 à 49 ans (-3,59%). En re-

vanche, on fait plus fréquemment l'impasse sur les attributs identitaires des enfants (+5,91%) et des personnes de 50 à 64 ans (+3,07%). Notons que si pour la première classe d'âge cette tendance s'inscrit dans une croissance (presque) continue, pour la seconde en revanche les variations au fil du temps sont assez faibles. La classe d'âge des 50-64 ans est toujours celle dont l'identité est la plus fréquemment mentionnée. Et les enfants de 12 ans ou moins constituent toujours la catégorie la moins identifiée.

"AUCUNE MENTION" DE L'INTERVENANT.E QUE L'ON VOIT ET QUI PARLE POUR CHAQUE CLASSE D'ÂGE / 2011-2017



Excluons à présent la modalité « aucune mention » pour se focaliser exclusivement sur les intervenant.e.s qui font l'objet d'une mention. Nos analyses portent donc sur 11.911 intervenant.e.s.

Tableau 75. Types de mentions de l'intervenant.e selon les classes d'âge – que l'on voit et qui parle (2017)

	< ou égal à 12	13-18	19-34	35-49	50-64	> ou égal à 65	Total général
Mention écrite	114 / 41,30%	224 / 56,71%	1.280 / 47,37%	2.715 / 59,96%	1.886 / 54,71%	296 / 52,58%	6.515 / 54,70%
Mention orale	49 / 17,75%	109 / 27,59%	557 / 20,61%	747 / 16,50%	497 / 14,42%	88 / 15,63%	2.047 / 17,19%
Mention écrite et orale	113 / 40,94%	62 / 15,70%	865 / 32,01%	1.066 / 23,54%	1.064 / 30,87%	179 / 31,79%	3.349 / 28,12%
Total général	276 / 100,00%	395 / 100,00%	2.702 / 100,00%	4.528 / 100,00%	3.447 / 100,00%	563 / 100,00%	11.911 / 100,00%

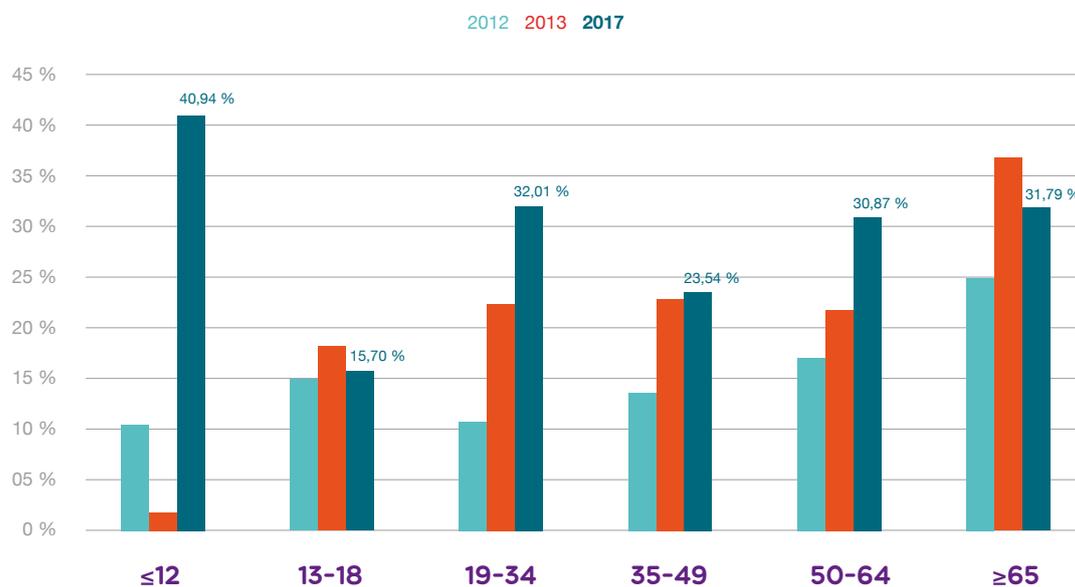
Nous excluons les intervenant.e.s dont l'âge n'a pas pu faire l'objet d'une identification ainsi que les groupes comprenant plusieurs tranches d'âge.

Lorsqu'il y a une mention, on observe que c'est la modalité « mention écrite » qui est la plus fréquente dans chaque tranche d'âge : de 41,30% chez les enfants de 12 ans ou moins à 59,96% chez les 35-49 ans.

En 2013, nous avons souligné que la proportion de mentions à la fois écrites et orales augmentait avec l'âge : de 1,80% pour les enfants de 12 ans ou moins à 36,75% pour les personnes de 65 ans ou plus. En 2017, les mentions qui fixent à la fois par écrit et oralement les attributs identitaires de la personne interviewée sont plus largement réparties sur les différentes catégories d'âge. Il n'y a plus de progression ou de diminution régulière suivant l'augmentation ou la baisse de l'âge et les écarts entre classes d'âge sont moins marqués. Ainsi, 40,94% des enfants qui font l'objet d'une mention se voient assigner une mention complète. C'est le cas pour 32,01% des 19-34 ans, 31,79% des personnes de 65 ans ou plus, 30,87% des 50-64 ans, 23,54% des 35-49 ans et 15,70% des adolescents. Les mentions complètes

progressent donc depuis 2013 pour les enfants, les jeunes adultes de 19-34 ans, et les personnes de 50 à 64 ans. Leur proportion est stable pour les 35-49 ans. En revanche, elles chutent pour les personnes de 65 ans ou plus. Celles-ci font donc plus fréquemment l'objet d'une mention identitaire que les années précédentes. Toutefois, lorsqu'il y a mention, celle-ci est moins fréquemment complète, c'est-à-dire écrite et orale, qu'en 2013. Ce sera plus fréquemment une mention écrite (52,58% en 2017 pour 42,72% en 2013). Enfin, précisons qu'en 2012 la proportion de mentions écrites et orales était moindre pour toutes les catégories d'âge, sauf pour les enfants de 12 ans ou moins alors que le corpus intégrait la rentrée des classes.

"MENTION ÉCRITE ET ORALE" DE L'INTERVENANT.E QUE L'ON VOIT ET QUI PARLE POUR CHAQUE CLASSE D'ÂGE / 2012-2017



Croisons à présent la distribution des mentions par tranche d'âge avec le genre de l'intervenant.e. Aux fins de l'analyse, nous excluons les intervenant.e.s dont l'âge n'a pas pu faire l'objet d'une identification, les groupes comportant plusieurs tranches d'âge mais aussi les personnes dont on ne peut identifier le genre, les groupes comportant plusieurs genres ainsi que les personnes transgenres et travesties. Nous nous focalisons toujours sur les individus que l'on voit et qui parlent. Au vu de ce cadrage méthodologique, nous travaillons sur un total de 11.010 intervenants masculins et 6.260 intervenantes féminines. Tout d'abord, on constate que la proportion de femmes qui ne font pas l'objet de mention est supérieure à celle des hommes dans toutes les classes d'âge. Ensuite, on observe que l'écart entre les hommes et les femmes s'ac-

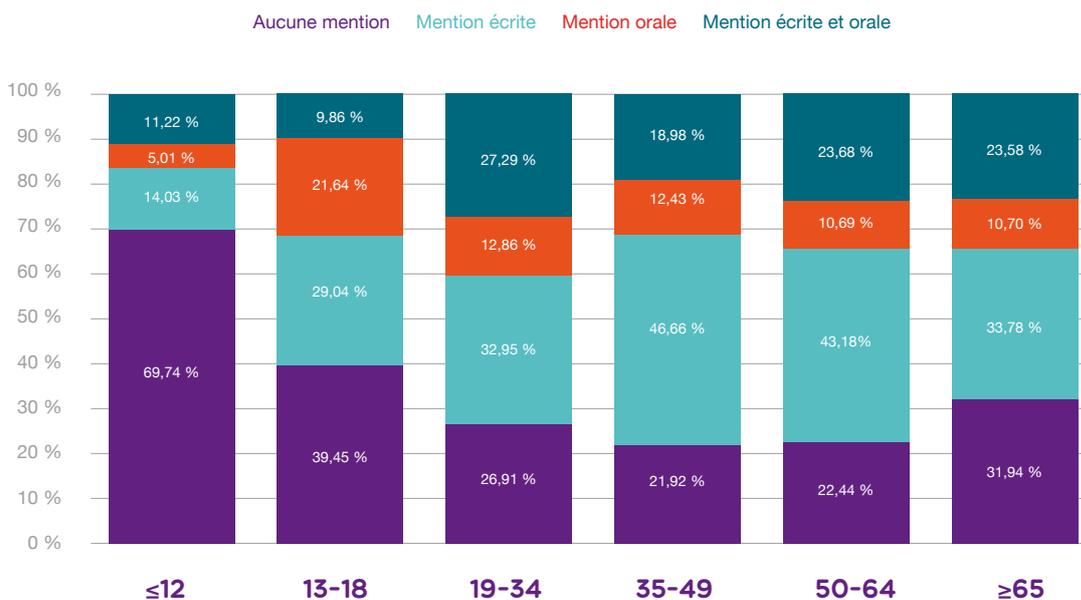
croît au fur et à mesure que l'âge augmente. Cet écart est en effet de 2,55% pour les 13-18 ans, 9,45% pour les 19-34 ans, 12,74% pour les 35-49 ans, 14,65% pour les 50-64 ans. S'agissant des personnes âgées de 65 ans ou plus, nous avons mentionné plus haut que 35,66% d'entre-elles ne font pas l'objet d'une mention. Seules les très jeunes catégories d'âge sont autant exposées à cette absence de mentions identitaires. Toutefois, on observe chez les 65 ans et plus que l'absence de mentions se répartit également différemment entre les hommes et les femmes : 31,94% des hommes ne font pas l'objet de mention identificatoire pour 43,68% des femmes. Ainsi que nous l'avons déjà observé en 2013, le genre et l'âge se renforcent dans le processus d'invisibilisation de certaines catégories de personnes à la télévision.

Toutefois, l'analyse diachronique montre que cette tendance, bien qu'elle subsiste, s'est atténuée de 2013 à 2017. En effet, en 2013 les femmes âgées de 65 ans ou plus ne sont pas identifiées dans 63,24% des cas, contre 40,57% des hommes de cette classe d'âge. Dès lors, non seulement l'absence de mention a chuté pour les femmes de 65 ans ou plus de 2013 à 2017 (-19,56%) mais en outre l'écart entre les hommes et les femmes de cette classe d'âge s'est atténué. Il était de

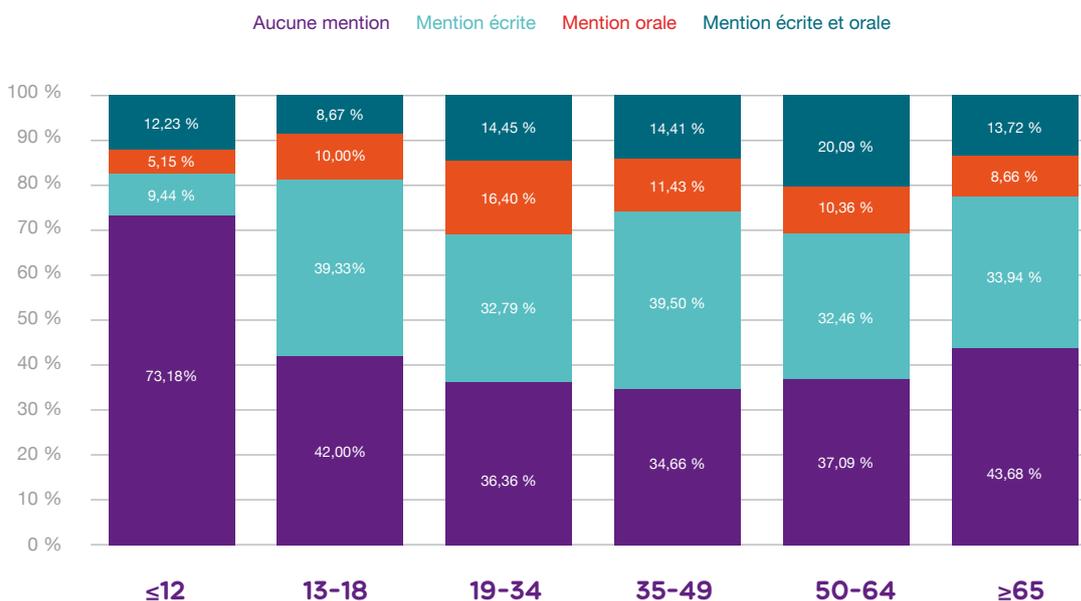
22,67% – en défaveur des femmes – en 2013. Il est désormais de 11,74%. Il y a donc des tendances lourdes au fil des Baromètres mais des évolutions sont néanmoins observables.

On mentionnera encore dans cette comparaison de la distribution des mentions selon l'âge et le genre que les femmes font moins l'objet d'une mention complète, écrite et orale, quel que soit leur âge (exception faite des enfants).

RÉPARTITION DES MENTIONS DES HOMMES QUE L'ON VOIT ET QUI PARLENT PAR CLASSES D'ÂGE / 2017



RÉPARTITION DES MENTIONS DES FEMMES QUE L'ON VOIT ET QUI PARLENT PAR CLASSES D'ÂGE / 2017



2.2

PRISME PERCEPTIF

Pour chaque intervenant.e, nous avons déterminé s'il.elle faisait, le cas échéant, l'objet d'une perception spécifiquement valorisante ou dévalorisante. Cette perception repose sur le ton du sujet, le lexique employé, la présence de jugements positifs ou négatifs sur l'intervenant.e. Nous abordons donc ici des images marquantes et immédiatement perceptibles pour le public dont l'impact potentiel sur la sédimentation des représentations sociales est à prendre en considération. Nous avons défini cinq catégories d'encodage. L'intervenant.e est abordé.e en tant que : victime (quelqu'un qui subit un mé-

fait – par exemple : violence, crime, accident, etc. – ou plus largement qui inspire la pitié) ; survivant.e (quelqu'un dont l'histoire se focalise sur la capacité de dépasser la condition de victime) ; auteur.e d'actes répréhensibles ou considéré.e comme tel.le (délinquant.e, – présumé.e – coupable...) ; valeur d'exemple. Enfin, l'intervenant.e peut ne faire l'objet d'aucune valorisation, victimisation ou récrimination. Précisons que la modalité « valeur d'exemple » a été ajoutée dans le Baromètre 2012 et celle « survivant.e » dans celui de l'année 2017.

Tableau 76. Prisme de perception (2011-2017)

	2011	2012	2013	2017
Pas de perception	23.256 / 98,27%	38.120 / 98,93%	63.344 / 99,65%	81.988 / 98,83 %
Victime	176 / 0,75%	243 / 0,63%	67 / 0,11%	527 / 0,64%
Auteur.e d'actes répréhensibles	225 / 0,96%	136 / 0,35%	130 / 0,20%	226 / 0,27%
Valeur d'exemple	0 / 0,00%	32 / 0,08%	27 / 0,04%	200 / 0,24%
Survivant.e	0 / 0,00%	0 / 0,00%	0 / 0,00%	20 / 0,02%
Total général	23.657 / 100,00%	38.531 / 100,00%	63.568 / 100,00%	82.961 / 100%

Sur les 82.961 intervenant.e.s encodé.e.s dans cette étude, 98,83% ne font pas l'objet d'un prisme de perception spécifiquement valorisant au dévalorisant. 527 intervenant.e.s (0,64%) sont abordé.e.s en tant que victime, 226 (0,27%) en tant qu'auteur.e.s d'actes répréhensibles, 200 (0,24%) en tant que valeur d'exemple et 20 (0,02%) en tant que « survivant.e ». 973 individus font donc l'objet d'un prisme perceptif (soit 1,17%).

Les victimes sont mises en scène dans des sujets relatifs aux personnes sans papiers et migrantes, à la traite d'êtres humains, à diverses formes de violence, au manque d'eau potable en Irak, à la sécheresse en Somalie, à une épidémie de choléra au Yémen, à une cyberattaque mondiale, au procès dit des « princesses du Conrad » à Bruxelles, au Télédon (la maladie), à l'homophobie, pour reprendre les thématiques les plus récurrentes. Le terme « victime » recouvre ainsi des situations très différentes : victime de traite des êtres humains, de famine, de viol, de violence, de vol et d'agressions, d'accidents, d'attentats et conflits armés, de la précarité, de l'homophobie, de stéréotypes, d'erreurs médicales ou encore de

cyberattaques. Notons que 359 de ces 527 victimes (68,12%) apparaissent dans les journaux télévisés et 97 dans les magazines et documentaires (18,40%). Les victimes apparaissent fréquemment dans les sujets internationaux. Les auteur.e.s d'actes répréhensibles apparaissent dans des sujets relatifs à des affaires de vol et braquage, de maltraitance, de meurtre, de rapt, de réseaux mafieux, de proxénétisme, de (suspicion de) terrorisme, de corruption, de discrimination, ou encore dans le cadre du procès dit des « princesses du Conrad » à Bruxelles, etc. Les auteur.e.s d'actes répréhensibles apparaissent fréquemment dans des sujets locaux et régionaux. 112 auteur.e.s sur 226 (49,56%) figurent dans les journaux télévisés. Les individus cités en tant que valeur d'exemple sont le plus souvent cités dans le cadre de remises de distinctions, dans le milieu culturel et sportif, dans le cadre d'initiatives citoyennes (nettoyage de rues, aide aux personnes, etc.) ou encore dans des sujets consacrés à la maladie et au don (d'organes, de sang, ...). Les personnes présentées en tant que survivantes interviennent dans des sujets liés à la maladie, aux accidents ou encore au viol.

Nous noterons que parmi les intervenant.e.s faisant l'objet d'un prisme de perception, les effectifs se concentrent sur la catégorie « auteur.e d'actes répréhensibles » en 2011 et en 2013 et sur celle de « victime » en 2012 mais aussi en 2017.

Focalisons-nous sur les intervenant.e.s qui font l'objet d'un prisme perceptif. Précisons que les effectifs sont relativement faibles et ne permettent donc pas de tirer des interprétations généralisables. Néanmoins, les résultats soulèvent des hypothèses interprétatives intéressantes.

Comment ces catégories de perception se distribuent-elles en fonction du genre de l'intervenant.e ? Afin de conserver une comparabilité avec les données des éditions précédentes du Baromètre, nous avons exclu les personnes dont on ne peut identifier le genre, les groupes comportant plusieurs genres ainsi les personnes transgenres et travesties.

Tableau 77. Type de prisme de perception par genre (2017)

	Hommes	Femmes	Total général
Victime	316 / 50,24%	155 / 61,27%	471 / 53,40%
Auteur.e d'actes répréhensibles	165 / 26,23%	34 / 13,44%	199 / 22,56%
Valeur d'exemple	137 / 21,78%	55 / 21,74%	192 / 21,77%
Survivant.e	11 / 1,75%	9 / 3,56%	20 / 2,27%
Total général	629 / 100,00%	253 / 100,00%	882 / 100,00%

Nous avons exclu les personnes dont on ne peut identifier le genre, les groupes comportant plusieurs genres ainsi les personnes transgenres et travesties.

On observe que 253 femmes sur un total de 25.355 font l'objet d'un prisme perceptif (soit 1,00%), pour 629 hommes sur 48.568 (soit 1,30%). Les intervenants masculins font donc très légèrement plus l'objet d'une perception (valorisante ou dévalorisante), mais les différences sont faibles. En outre, précisons que nous avons répertorié 23 personnes transgenres et 8 personnes travesties dans le corpus. Aucune d'entre-elles ne fait l'objet d'un prisme perceptif.

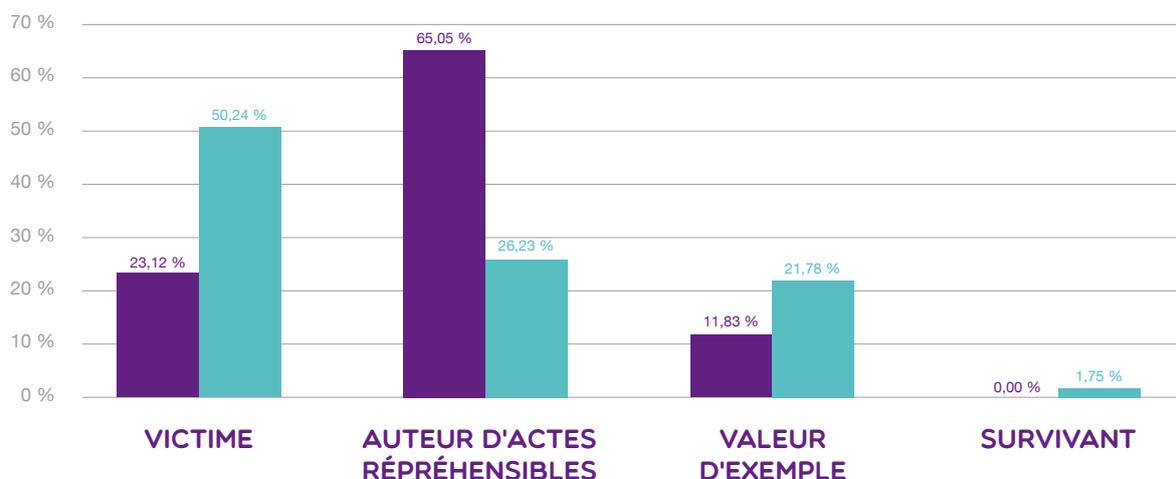
De quel type de prisme de perception font l'objet les hommes et les femmes ? Lorsqu'il y a un prisme de perception, c'est plus fréquemment celui de victime qui apparaît, tant chez les hommes que chez les femmes. Toutefois, on observe que cet angle est plus marqué pour ces dernières : 61,27% des femmes qui font l'objet d'un prisme et 50,24% des hommes sont présentés comme victime. En revanche, le prisme « auteur.e d'acte répréhensible » vise plus fréquemment les hommes que les femmes. Parmi les hommes qui font l'objet d'un prisme perceptif, 26,23% sont décrits comme auteur d'acte répréhensible. Parmi les femmes qui font l'objet d'un prisme perceptif, 13,44% sont décrites sous cet angle. Enfin, proportionnellement à leur nombre, les femmes sont légèrement plus fréquemment présentées en tant que survivantes :

c'est le cas pour 3,56% des femmes qui font l'objet d'un prisme de perception, pour 1,75% des hommes. Il n'y a, par contre, pas de différences entre hommes et femmes s'agissant de la présentation en tant que valeur d'exemple.

En 2013, l'effectif total était plus faible (186 hommes et 29 femmes faisaient l'objet d'un prisme perceptif). Toutefois les catégories de perception les plus fréquentes différaient selon le genre des individus. En effet, les intervenants masculins faisant l'objet d'un prisme perceptif concentraient leurs effectifs sur la catégorie « auteur d'actes répréhensibles » (121 hommes sur 186, soit 65,05%). En revanche, les intervenantes féminines faisant l'objet d'un prisme perceptif concentraient leurs effectifs sur le statut de victime (16 femmes sur 29, soit 55,17%). En 2017, cette dernière modalité est la catégorie modale (celle qui concentre les effectifs les plus élevés) tant pour les hommes que pour les femmes. Par ailleurs en 2017, tant les hommes que les femmes sont moins représentés en tant qu'auteur.e.s d'actes répréhensibles (-38,82% pour les hommes et -14,15% pour les femmes). Les représentations en tant que valeur d'exemple ont augmenté de 2013 à 2017, tant pour les hommes que pour les femmes.

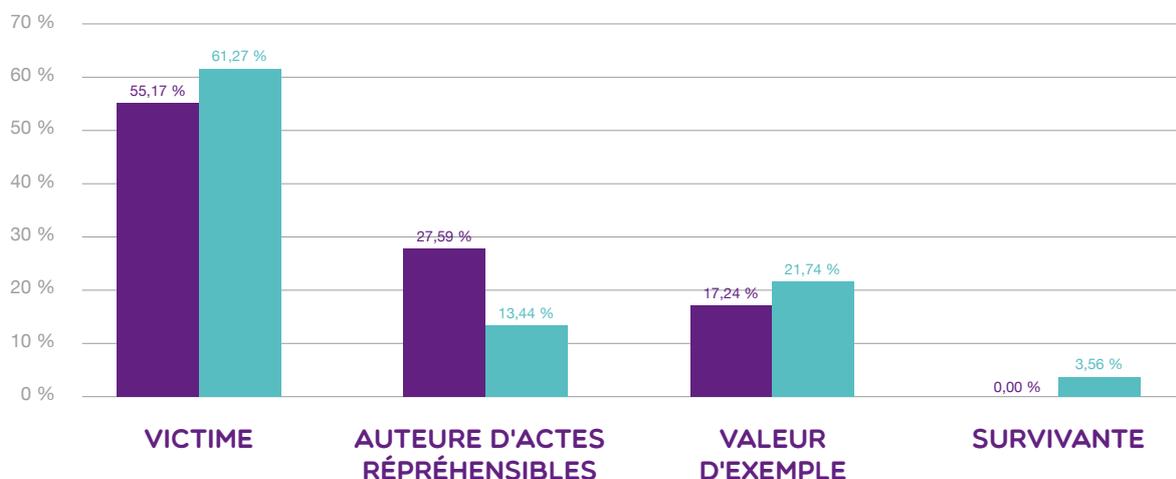
RÉPARTITION DES CATÉGORIES DE PERCEPTION POUR LES HOMMES QUI FONT L'OBJET D'UN PRISME PERCEPTIF / 2013-2017

2013 - 2017



RÉPARTITION DES CATÉGORIES DE PERCEPTION POUR LES FEMMES QUI FONT L'OBJET D'UN PRISME PERCEPTIF / 2013-2017

2013 - 2017



Ensuite, considérons la distribution de ces catégories de perception selon l'origine perçue de l'intervenant.e. Nous avons exclu les intervenant.e.s dont on ne peut identifier l'origine. Les groupes multiculturels sont inclus dans l'analyse.

On observe que 368 intervenant.e.s perçu.s comme blanc.he.s sur un total de 56.813 font l'objet d'un prisme perceptif (soit 0,65%), pour 411 intervenant.e.s perçu.e.s comme issu.e.s de la diversité sur 11.646 (soit 3,53%). Les intervenant.e. issu.e.s de la diversité font donc plus fréquemment l'objet d'une perception, qu'elle soit valorisante ou dévalorisante. Quel est précisément ce prisme perceptif ?

Tableau 78. Type de prisme de perception selon l'origine perçue – avec groupes multiculturels (2017)

	Perçu.e comme « blanc.he »	Perçu.e comme issu.e de la diversité	Total général
Victime	173 / 47,01%	285 / 69,34%	458 / 58,80%
Auteur.e d'actes répréhensibles	63 / 17,12%	80 / 19,46%	143 / 18,36%
Valeur d'exemple	114 / 30,98%	44 / 10,71%	158 / 20,28%
Survivant.e	18 / 4,89%	2 / 0,49%	20 / 2,57%
Total général	368 / 100,00%	411 / 100,00%	779 / 100,00%

Nous avons exclu les intervenant.e.s dont on ne peut identifier l'origine.

Lorsqu'il y a un prisme de perception, c'est plus fréquemment celui de victime qui apparaît, quelle que soit l'origine perçue de l'intervenant.e. Toutefois, les personnes issues de la diversité sont plus fréquemment perçues sous cet angle que les personnes perçues comme « blanches » : 69,34% des premières et 47,01% des secondes sont présent.e.s comme victime.

En revanche, le prisme « auteur.e d'acte répréhensible » vise un petit peu plus fréquemment les personnes issues de la diversité. En effet, parmi les intervenant.e.s issu.e.s de la diversité qui font l'objet d'un prisme perceptif, 19,46% sont décrit.e.s comme auteur.e.s d'actes répréhensibles. Parmi les personnes perçues comme « blanc.he.s » qui font l'objet d'un prisme perceptif, 17,12% sont décrites sous cet angle. Enfin, les personnes perçues comme « blanc.he.s » qui font l'objet d'un prisme perceptif sont plus fréquemment décrites en tant que valeur d'exemple et, dans une moindre mesure, survivant.e que les personnes issues de la diversité des origines.

Ces résultats sont différents de ceux observés en 2013. Rappelons qu'en 2013, l'effectif total était plus faible (112 personnes perçues comme blanc.he.s et 65 issues de la diversité faisaient l'objet d'un prisme perceptif). Nous constatons alors que tant les intervenant.e.s perçu.e.s comme blanc.he.s que les personnes issues de la diversité concentraient leurs effectifs sur la catégorie « auteur.e d'actes répréhensibles ».

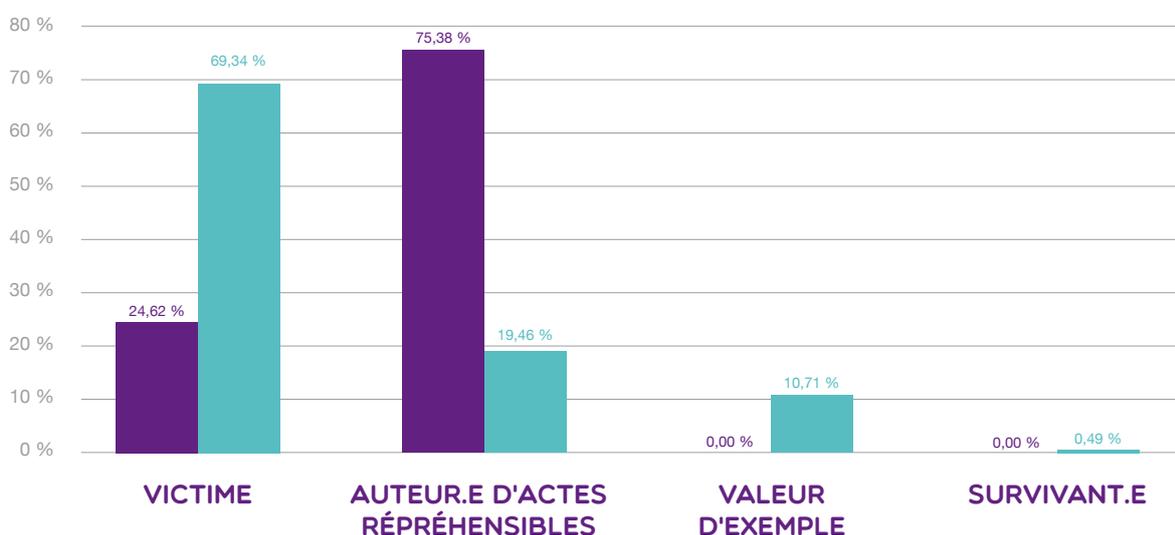
Néanmoins, nous soulignons que, proportionnellement au nombre total d'intervenant.e.s dans chaque catégorie, la proportion d'intervenant.e.s perçu.e.s comme issu.e.s de la diversité dans la catégorie « auteur.e d'actes répréhensibles » était légèrement plus importante. Nous soulignons également que toutes les unités encodées dans la catégorie valeur d'exemple (26) se rapportaient au marqueur de perception « blanc.he ».

Ainsi, bien que les effectifs faisant l'objet de la comparaison soient faibles et nous obligent à considérer avec précautions ces résultats, on note que lorsqu'ils.elles font l'objet d'un prisme perceptif, les intervenant.e.s perçu.e.s comme issu.e.s de la diversité sont moins fréquemment présent.e.s en tant qu'auteur.e.s d'actes répréhensibles qu'en 2013 et plus fréquemment en tant que victimes. On note aussi que 10,71% d'entre-eux.elles sont présent.e.s en tant que valeur d'exemple, alors que ce prisme était inexistant en 2013.

En 2017, les trois quart de ces intervenant.e.s issu.e.s de la diversité et décrit.e.s comme victimes apparaissent dans les journaux télévisés. Les autres effectifs se concentrent dans les magazines et documentaires, parmi lesquels on mentionnera « Forces Spéciales » et « Faut-il avoir peur du Pakistan ? ». Ce prisme perceptif de « victime » est fréquemment associé à des sujets internationaux ; il vise la diversité hors de nos frontières.

RÉPARTITION DES CATÉGORIES DE PERCEPTION POUR LES INTERVENANT.E.S PERÇU.E.S COMME ISSU.E.S DE LA DIVERSITÉ QUI FONT L'OBJET D'UN PRISME PERCEPTIF / 2013-2017

2013 - 2017



2.3

MARQUEURS SOCIAUX

Comme nous l'avons déjà précisé, nous avons relevé l'éventuelle association de chaque intervenant.e que nous avons encodé.e à un « marqueur social ». On parle de marqueur social lorsque les critères abordés dans la présente étude (genre, âge, origine, profession, handicap) sont traités en tant que thématique. Ainsi, pour qu'une personne soit associée à un marqueur social, il faut que le sujet/le thème conditionne

son identité médiatique. La variable « marqueur social » est ainsi constituée de cinq modalités : les marqueurs genre, âge, origine, catégorie socio-professionnelle et handicap/maladie. En 2017, sur les 82.961 intervenant.e.s encodé.e.s, 19.201 font l'objet d'un marqueur social soit 23,14%.

Examinons comment se répartissent ces 19.201 intervenant.e.s :

	Effectifs	Pourcentages
Genre	1.510	7,86%
Âge	6.157	32,07%
Origine	2.330	12,13%
Professionnel	7.463	38,87%
Handicap - maladie	1.741	9,07%
Total général	19.201	100,00%

Lorsqu'un.e intervenant.e est associé.e à un marqueur social, c'est le « marqueur professionnel » qui est le plus fréquent (38,87%). Il est suivi du « marqueur âge » qui concentre 32,07% des intervenant.e.s. Ensemble, ces deux marqueurs rassemblent donc 70,94% des individus faisant l'objet d'un marqueur social. Les 30% restant se distribuent dans les catégories « marqueur origine » (12,13%), « marqueur handicap-maladie » (9,07%) et « marqueur genre » (7,86%).

Ainsi, au fil des Baromètres, le marqueur professionnel est toujours le plus fréquent, même s'il est moins prépondérant que les années précédentes. De 2013 à 2017, les marqueurs « profession » et « handicap » ont connu un recul : respectivement -23,15% et -6,67%. En revanche, on observe plus d'intervenant.e.s associé.e.s aux trois autres marqueurs : genre (+7,2%), origine (+8,64%) et âge (+13,97%).

Étudions la distribution de ces marqueurs sociaux selon les différentes variables de la diversité. Considérons d'abord la répartition des marqueurs selon le genre de l'intervenant.e. Nous excluons les personnes dont on ne peut identifier le genre, les groupes comportant plusieurs genres mais aussi les personnes transgenres et travesties. Au vu de ce recadrage, 17.089 intervenant.e.s font l'objet d'un marqueur social : 9.576 hommes et 7.513 femmes. À la lumière du nombre total d'intervenants féminins et masculins encodés sur l'ensemble des programmes, on observe que les femmes font plus fréquemment l'objet d'un marqueur social que les hommes : 29,39% des femmes (7.513 sur un total de 25.565) pour 19,60% des hommes (9.576 hommes sur un total de 48.871).

En outre, la distribution des marqueurs varie d'un genre à l'autre. Premièrement, le marqueur le plus fréquent chez les hommes est celui « professionnel », tandis qu'il s'agit du marqueur « âge » chez les femmes. Deuxièmement, on observe des écarts entre hommes et femmes pour chaque marqueur. Les femmes qui font l'objet d'un marqueur social sont plus fréquemment associées aux marqueurs « âge » (38,69% des femmes pour 27,19% des hommes) et « genre » (10,87% des femmes pour 5,36% des hommes). C'est une tendance que nous avons déjà soulignée dans les éditions précédentes du Baromètre. Les hommes qui font l'objet d'un marqueur social, quant à eux, sont plus fréquemment liés au marqueur « professionnel » (44,57% des hommes pour 32,45% des femmes) et, dans une moindre mesure, « origine » (14,66% des hommes pour 8,03% des femmes). Le marqueur « handicap – maladie » présente en revanche peu d'écarts entre hommes et femmes. L'association des hommes au marqueur professionnel était déjà présente de 2011 à 2013. L'écart entre hommes et femmes s'est toutefois un peu résorbé de 2013 à 2017 (l'écart était de 23,75% en 2013, il est de 12,12% en 2017). En revanche, de 2011 à 2013, les femmes étaient plus fréquemment associées que les hommes au marqueur origine.

Tableau 80. Distribution des marqueurs sociaux selon le genre (2017)			
	Hommes	Femmes	Total général
Genre	513 / 5,36%	817 / 10,87%	1.330 / 7,78%
Âge	2.604 / 27,19%	2.907 / 38,69%	5.511 / 32,25%
Origine	1.404 / 14,66%	603 / 8,03%	2.007 / 11,74%
Professionnel	4.268 / 44,57%	2.438 / 32,45%	6.706 / 39,24%
Handicap - maladie	787 / 8,22%	748 / 9,96%	1.535 / 8,98%
Total général	9.576 / 100,00%	7.513 / 100,00%	17.089 / 100,00%

Nous excluons les personnes dont on ne peut identifier le genre, les groupes comportant plusieurs genres, les personnes transgenres et travesties.

La lecture des données en lignes (et non en colonnes) conforte ces tendances. Ainsi, parmi les 1.330 intervenant.e.s qui font l'objet d'un marqueur lié au genre, 817 (soit 61,43%) sont des femmes. Parmi les 5.511 individus associés à un marqueur âge, 2.907 sont des femmes (soit 52,75%). En revanche, parmi les 6.706 personnes faisant l'objet d'un marqueur professionnel, 4.268 sont des hommes (soit 63,64%). Enfin, parmi les 2.007 personnes qui font l'objet d'un marqueur en lien avec l'origine, 1.404 sont des hommes (soit 69,96%).

Considérons ensuite la répartition des marqueurs sociaux selon la catégorie d'âge de l'intervenant.e. Nous excluons les intervenant.e.s qui n'ont pas pu faire l'objet d'une identification en termes d'âge et les groupes comprenant plusieurs tranches d'âge.

Tableau 81. Distribution des marqueurs sociaux selon l'âge (2017)							
	< ou égal à 12	13-18	19-34	35-49	50-64	> ou égal à 65	Total général
Genre	164 / 4,54%	27 / 1,85%	408 / 14,55%	336 / 8,94%	158 / 6,34%	27 / 3,24%	1.120 / 7,84%
Âge	2.030 / 56,19%	923 / 63,13%	675 / 24,07%	828 / 22,04%	455 / 18,24%	475 / 56,95%	5.386 / 35,99%
Origine	170 / 4,71%	73 / 4,99%	368 / 13,12%	603 / 16,05%	328 / 13,15%	78 / 9,35%	1.620 / 10,83%
Professionnel	1.081 / 29,92%	390 / 26,68%	1.120 / 39,94%	1.572 / 41,84%	1.217 / 48,80%	222 / 26,62%	5.602 / 37,44%
Handicap - maladie	168 / 4,65%	49 / 3,35%	233 / 8,31%	418 / 11,13%	336 / 13,47%	32 / 3,84%	1.236 / 8,26%
Total général	3.613 / 100,00%	1.462 / 100,00%	2.804 / 100,00%	3.757 / 100,00%	2.494 / 100,00%	834 / 100,00%	14.964 / 100,00%

Nous excluons les intervenant.e.s qui n'ont pas pu faire l'objet d'une identification en termes d'âge et les groupes comprenant plusieurs tranches d'âge.

À la lumière du nombre total d'intervenant.e.s répertorié.e.s dans les programmes pour chaque classe d'âge, on constate que les enfants et les adolescents font plus fréquemment l'objet d'un marqueur social que les autres tranches d'âge. C'est le cas pour 57,38% des enfants de 12 ans ou moins (c'est-à-dire 3613 sur un total de 6296) et 37,56% des 13-18 ans (c'est-à-dire 1462 sur un total de 3892). La tranche d'âge des 19-34 ans est celle qui fait le moins l'objet d'association à un marqueur (c'est le cas pour 2804 intervenant.e.s sur un total de 20.440, soit 13,72%). De 35 à 49 ans, environ 1 intervenant sur 5 est lié à un marqueur (21,45%). C'est également le cas pour les personnes de 50 à 64 ans (21,69%). Par contre, cette proportion remonte à 28,50% pour les personnes âgées de 65 ans et plus (834 personnes sur un total de 2926).

En outre, la distribution des marqueurs varie d'une classe d'âge à l'autre. En effet, les enfants et les adolescents qui font l'objet d'un marqueur social sont majoritairement asso-

ciés au marqueur « âge » (56,19% des 12 ans ou moins et 63,13% des 13-18 ans). Qui plus est, on constate que c'est aussi le cas des personnes âgées de 65 ans et plus. Lorsque ces dernières sont associées à un marqueur social, c'est le marqueur âge dans 56,95% des cas. Ainsi, à l'instar des plus jeunes, les personnes âgées sont souvent dépersonnalisées mais aussi sollicitées dans le cadre de sujets/thèmes qui renvoient à leur âge. C'est un constat que nous avons déjà formulé dans les trois Baromètres précédents. Apportons toutefois une nuance : les intervenant.e.s de 65 ans ou plus qui relèvent d'un marqueur social sont moins fréquemment lié.e.s au marqueur de l'âge en 2017 (56,95%) qu'en 2013 (68,48%), 2012 (94,62%) et 2011 (84,21%).

Pour les intervenant.e.s des autres catégories d'âge qui se voient associé.e.s à un marqueur social, c'est le marqueur « professionnel » qui est le plus fréquent.

SYNTHÈSE DES TENDANCES ET CONCLUSIONS

L'objectif du Baromètre de la Diversité et de l'Égalité est « de photographier » d'année en année, sur la base d'une semaine d'échantillon, la manière dont les éditeurs de services télévisuels de la Fédération Wallonie-Bruxelles représentent l'égalité et la diversité à l'écran.

Entre la photographie opérée pour le Baromètre 2013 (il se fondait sur un échantillon de septembre 2012) et celle réalisée pour celui de l'année 2017 (il porte sur un échantillon de mai 2017), près de cinq ans se sont écoulés. Au fil de ces cinq années, la programmation a connu un certain nombre d'évolutions, tout comme le contexte structurel qui se reflète dans l'actualité locale, nationale et internationale.

Ces transformations contextuelles et relatives à la grille des programmes influencent nécessairement les paramètres de l'échantillon étudié. Comme nous l'avons déjà mentionné, il n'est pas possible en analyse de contenu des médias de construire un échantillon exempt de toute spécificité contextuelle. L'important est de pouvoir contrôler ces données. Ainsi, si quelques paramètres de l'échantillon donnent une tonalité à certains phénomènes observés (l'investiture d'Emmanuel Macron, Donald Trump et le chef du FBI, l'Eurovision ou la fête des mères en 2017), d'autres – la plupart – s'inscrivent dans la perspective des résultats dégagés les années précédentes, soit parce qu'ils en diffèrent, soit parce qu'ils poursuivent sur la même lancée.

Dans ce nouveau Baromètre on observe quelques évolutions positives dans la représentation de l'égalité et de la diversité à l'écran mais aussi des dégradations. On remarque par ailleurs un certain nombre de tendances lourdes, de constats qui se répètent au fil des Baromètres, même s'ils peuvent présenter quelques ajustements. Parcourons ces évolutions pour chaque critère de l'égalité et de la diversité.

1. LE GENRE

De 2011 à 2013, la proportion de femmes était passée de 31,41% à 36,88%. En 2017, cette proportion redescend à 34,33% (-2,55%). Ce résultat doit toutefois être nuancé en rappelant une particularité de l'échantillon du Baromètre 2013 qui avait « gonflé » la présence des femmes à l'écran : nous avons en effet répertorié une émission de call TV qui diffusait des photos de jeunes femmes dans des « petites annonces ». En excluant ce programme, la proportion de femmes redescendait à 33,34%. Ce résultat est donc très similaire à celui d'aujourd'hui. Dès lors, si l'on compare les résultats 2013-2017 en excluant cette émission de call TV, la présence des femmes stagne quasiment à l'écran. Dans tous les cas, les intervenantes demeurent largement sous-représentées eu égard à leur présence dans la société belge (51% au 1er janvier 2017 selon les chiffres de Statbel).

La représentation des femmes connaît un certain nombre d'évolutions positives. Il ne s'agit pas de « révolution structurelle » mais de petits changements qui apparaissent encourageants car soit ils s'inscrivent dans la continuité des tendances amorcées précédemment, soit ils semblent initier de nouvelles transformations.

Premièrement, dans les programmes d'information, la proportion de femmes connaît un accroissement de 5,08% depuis le Baromètre 2013. Elle poursuit ainsi une augmentation constante : 30,42% en 2011, 31,20% en 2012, 32,20% en 2013 et 37,28% pour l'édition 2017. Le mouvement amorcé dans les précédentes éditions du Baromètre semble donc se confirmer. La proportion de femmes est aussi en légère augmentation dans les magazines et documentaires : + 2,22% depuis 2013.

Par ailleurs, les informations de portée locale comprennent une proportion de femmes légèrement supérieure à la moyenne : 39,79%. Une constante apparaît ainsi au fil des Baromètres : la proportion de femmes augmente de manière inversement proportionnelle à la portée du sujet (plus la portée diminue plus le nombre de femmes augmente). Néanmoins, et c'est également un résultat encourageant, la proportion de femmes s'est légèrement accrue dans le temps (singulièrement de 2013 à 2017) dans les sujets d'information de chaque portée (c'est-à-dire de portée locale, nationale et internationale).

Deuxièmement, le rôle médiatique dans lequel les femmes sont les plus représentées comparativement aux hommes est celui de journaliste – animateur.trice : 43,25% des personnes répertoriées dans ce rôle sont des femmes. Il s'agissait du rôle de candidat.e à un jeu en 2013. Cette évolution est liée, d'une part, à des spécificités de l'échantillon et, d'autre part, à des évolutions transversales. S'agissant des spécificités de l'échantillon, on mentionnera le recul de la part occupée par le divertissement comparativement aux autres genres de programme, alimenté par la disparition du sous-genre « télé-

achat et call TV » dans le corpus. Concernant les évolutions d'ordre transversal, la proportion de femmes journalistes-animatrices présente une augmentation de 3,45% depuis le Baromètre de 2013 et de 6,77% depuis celui de 2011.

Lorsqu'on dissocie les rôles de journaliste et animateur.trice, les résultats présentent également des évolutions intéressantes. En effet, la proportion de femme dans le rôle de journaliste est de 44,63%. C'est une progression de 6,44% par rapport à 2013. Qui plus est en 2013, 38,19% des journalistes étaient des femmes pour 45,29% des animateur.trice.s. Les femmes étaient donc plus fréquemment associées à l'univers du divertissement. En 2017, la tendance s'inverse : 44,63% des journalistes sont des femmes pour 35,43% des animateur.trice.s. Elles sont donc davantage associées à l'univers informationnel.

Troisièmement, dans les rôles discursifs socialement valorisés d'expert.e et de porte-parole, la proportion de femmes connaît une augmentation depuis le dernier Baromètre. La proportion d'expertes est passée de 18,83% en 2013 à 20,56% (+1,73%). Quant au rôle discursif de porte-parole, 28,23% des personnes qui l'endossent sont des femmes en 2017, pour 23,21% en 2013 (soit une augmentation de 5,02%). Et si l'on se focalise sur le rôle médiatique d'expert.e exclusivement dans les journaux télévisés, on y constate une proportion de 24,49% de femmes. Ces évolutions 2013-2017 poursuivent les tendances amorcées précédemment.

Il existe donc des évolutions encourageantes. Néanmoins, un certain nombre de facteurs viennent nuancer ou contrebalancer ces évolutions.

- Tous les rôles médiatiques sont majoritairement masculins.

- Les femmes revêtent toujours plus fréquemment le rôle de « vox populi » (39,54%) que de porte-parole (28,23%) ou d'experte (20,56%). Ainsi, elles apparaissent davantage dans le registre de l'affect, du « pathos » que du « logos ». Elles sont moins sollicitées pour leur discours critique, leur savoir que pour leur expérience personnelle, leur témoignage ou leur avis censé refléter la parole du citoyen ordinaire. C'est une constante au fil des Baromètres.

- En dépit de leur progression dans ce rôle, les femmes journalistes sont moins nombreuses que les hommes (44,63% pour 55,37%). En outre, lorsqu'elles sont présentées dans ce rôle, les femmes sont désormais davantage au second plan de la mise en scène de l'information (46,95%) qu'au premier plan (36,00%). La présence des journalistes féminines a ainsi chuté dans le rôle de journaliste principale (-7,84%) et augmenté dans celui de journaliste seconde (+9,84%) depuis 2013. L'examen diachronique des données montre que cette situation s'écarte de 2011 et 2013 mais se rapproche de 2012.

- Si la proportion de femmes est en légère augmentation dans les magazines et documentaires, l'analyse des sous-genres de ces magazines met en exergue que ces dernières sont plus largement associées à des informations de type « soft news », qu'à la culture ou au patrimoine. Cette tendance avait déjà été observée en 2013. En outre, l'analyse des thématiques des sujets d'information dans lesquels apparaissent les intervenantes conforte cette tendance. On observe en effet que les hommes se distribuent dans une plus large variété de thématiques que les femmes. Qui plus est, ces thèmes relèvent aussi bien des hard news que des soft news, tandis que les femmes sont plus largement associées aux soft news et aux questions sociétales (société, santé, éducation notamment). La seule thématique où les femmes sont majoritaires par rapport aux hommes porte sur la santé et le bien-être (51,67% de femmes).

- Enfin, s'agissant de l'identité des femmes à l'écran, celles-ci apparaissent toujours plus fréquemment que les hommes sans aucune mention identitaire (nom, prénom, profession) lorsqu'elles prennent la parole. C'est une constante au fil des analyses. En outre, alors que l'identité des femmes avait gagné en visibilité entre 2011 et 2013, l'écart entre hommes et femmes se creuse désormais. Il est passé de 7,64% en 2013 à 13% en 2017. Parmi les hommes 26,94% ne font l'objet d'aucune mention contre 39,94% pour les femmes.

2. L'ORIGINE

De 2011 à 2013, les intervenant.e.s perçu.e.s comme issu.e.s de la diversité sont passé.e.s de 10,26% à 16,98%. En 2017, ils sont 14,39%, soit un recul de 2,59% par rapport à 2013. La progression observée au cours des trois premières éditions du Baromètre ne s'est donc pas confirmée.

Les caractéristiques de l'échantillon ont pu à la fois « doper » la représentation de la diversité à l'écran (les émissions sportives, l'Eurovision et le concours Reine Elizabeth) comme la diminuer (une actualité internationale axée sur la France et les États-Unis).

Trois paramètres apparaissent encourageants quand il s'agit de la représentation de la diversité des origines.

Tout d'abord, s'agissant du rôle discursif de porte-parole, la présence de personnes perçues comme issues de la diversité connaît une légère mais constante progression depuis 2011 : 3,83% en 2011, 6,28% en 2012, 8,28% en 2013 et 8,70% en 2017.

Ensuite, nous avons observé dans les précédentes éditions du Baromètre que la faible présence de la diversité des origines dans l'information locale et nationale était renforcée par le fait que, lorsqu'elles sont médiatisées, les personnes issues de la diversité sont essentiellement abordées en tant que « groupe », soit comme des individus désincarnés de toute individualité. En 2017, on note que cette logique de « collectivisation » a nettement diminué. La présence de « groupes multiculturels » a reculé de 20,97% dans l'information de portée locale et 16,02% dans l'information de portée nationale, au profit des personnes individuelles.

Enfin, l'identité des personnes issues de la diversité a gagné en visibilité. En effet, l'analyse de l'attribution des mentions montre que la tendance à ne pas préciser les attributs identitaires des intervenant.e.s perçu.e.s comme issu.e.s de la diversité s'est nettement réduite entre 2012 et 2017 : de 51,38% à 34,15%. En outre, on note que l'écart entre les intervenant.e.s perçu.e.s comme blanc.he.s et ceux.celles perçu.e.s comme issu.e.s de la diversité qui ne font pas l'objet de mention s'est résorbé.

En dépit de ces évolutions, le changement qui semblait amorcé du point de vue de la représentation de la diversité des origines dans les différents genres de programmes – et, singulièrement, le genre informationnel – ainsi que dans les rôles (discursifs) socialement valorisés connaît un coup d'arrêt. La diversité recule transversalement dans la majorité des rôles médiatiques et des genres de programme, notamment dans l'information, quelle qu'en soit sa portée (locale, nationale, internationale).

Ainsi, la comparaison des différentes éditions du Baromètre montre que la représentation de la diversité a chuté dans tous les genres de programme, à l'exception du divertissement qui est stable depuis 2013 (nous reviendrons sur ce résultat pour le nuancer) et des programmes courts qui présentent une augmentation graduelle de la diversité. Ainsi, de 2013 à 2017, la présence d'intervenant.e.s perçu.e.s comme issu.e.s de la diversité a reculé de 6,98% dans la fiction, 4,50% dans l'information, 4,22% dans les magazines et documentaires et 3,27% dans le sport, et ce en dépit de l'augmentation du nombre total d'intervenant.e.s dans tous ces genres respectifs.

L'information et les magazines-documentaires font partie des types de programmes dans lesquels il y a le moins de diversité des origines. En effet, dans l'information, les intervenant.e.s issu.e.s de la diversité représentent 11,31% du total des individus encodés. C'est 3% de moins que la moyenne des programmes. Dans les magazines et documentaires, cette proportion est de 12,25%. En outre, alors que la diversité des origines a augmenté de manière continue dans les émissions d'information de 2011 à 2013 (7,37% en 2011, 11,40% en 2012 et 15,81% en 2013), elle connaît un recul de 4,50% de 2013 à 2017. Et si l'on détaille les sujets d'information selon leur portée, on observe que de 2013 à 2017, la diversité des origines a reculé dans l'information de portée locale (-2,59%), nationale (-4,75%) et internationale (-19,16%). La diminution enregistrée dans l'information de portée internationale peut s'expliquer, en partie, par les spécificités des échantillons de 2013 et 2017 ²⁷.

Enfin, en 2013, nous soulignons que la proportion d'intervenant.e.s issu.e.s de la diversité augmentait dans un certain nombre de rôles discursifs socialement valorisés : les rôles de journaliste – animateur.trice, porte-parole et d'expert.e. De 2013 à 2017, la progression s'est poursuivie pour le rôle de porte-parole mais elle a marqué un arrêt voire un recul pour les deux autres rôles médiatiques. En effet, dans le rôle d'expert.e, la diversité des origines est passée de 2,60% en 2011 à 8,10% en 2013. Elle est désormais de 7,74% en 2017 (soit -0,36%). Dans le rôle de journaliste – animateur.trice la proportion de personnes issues de la diver-

sité a diminué de 6,16% de 2013 à 2017 (elle est passée de 9,94% à 3,78%). Il s'agit désormais du rôle médiatique dans lequel il y a le moins de diversité des origines. On observe par ailleurs que le recul est global (il vise à la fois les rôles de journalistes-animateur.trice.s principaux.ales comme second.e.s), mais toutefois plus marqué à l'avant-plan des programmes.

Si l'on se focalise exclusivement sur le rôle de journaliste dans l'information, on observe que 2,61% des individus encodés dans ce rôle sont issu.e.s de la diversité. Cette proportion était de 11,11% en 2013.

Outre ce coup d'arrêt dans les changements qui semblaient pourtant en marche, un certain nombre de tendances lourdes se voient confortées en 2017.

- Ainsi, les personnes issu.e.s de la diversité sont toujours davantage représentées dans le registre du pathos, de l'affect, de l'exemplification vécue ou de la parole authentique de l'homme ordinaire que du discours critique ou d'opinion. En effet, elles sont 13,18% dans le rôle de vox populi (contre 7,74% d'expert.e.s et 8,70% de porte-paroles).

- Le genre de programme qui laisse le plus de place à la diversité est le sport : 22% des individus encodés dans ce genre sont perçus comme issus de la diversité. C'est une constante au fil des analyses. Et si l'on se penche sur les rôles médiatiques, 32,94% des figurant.e sportif.ve sont issu.e.s de la diversité.

- Les rôles médiatiques dans lesquels il y a le plus de diversité des origines relèvent ainsi du sport (figurant.e sportif.ve), du jeu (candidat.e à un jeu) et de la fiction (personnage de fiction). Concernant le rôle de candidat.e à un jeu, précisons que si l'on filtre l'Eurovision des résultats, la proportion de personnes perçu.e.s comme issu.e.s de la diversité passe de 18,26% à 5,13% dans le rôle de candidat.e à un jeu. Cette diminution vaut aussi pour la représentation de la diversité des origines dans le genre du divertissement. En effet, si l'on exclut l'Eurovision du divertissement la proportion de personnes issu.e.s de la diversité passe de 15,66% à 7,46% dans ce genre. Ainsi, sans l'Eurovision, le divertissement est le genre de programme qui laisse le moins de place à la diversité des origines.

²⁷ En effet, en 2013 l'actualité de la semaine encodée braquait les caméras sur le Moyen-Orient et le sud de l'Europe : couverture des réactions dans le monde arabe au film « L'Innocence des Musulmans », conflit en Syrie et au Liban, crise de la zone Euro. En 2017, l'actualité internationale de la semaine encodée est marquée principalement par l'investiture d'Emmanuel Macron en tant que Président de la République et par les relations entre le Président Donald Trump et le chef du FBI. On retrouve donc une proportion importante d'intervenant.e.s perçu.e.s comme « blanc.he.s » dans l'actualité internationale.

L'association des personnes issues de la diversité au sport, à l'exemplification vécue, au registre de l'affect et à l'univers ludique plutôt qu'au discours critique et à la parole d'opinion est un constat récurrent au fil des analyses.

- Une fois que l'on se focalise sur les intervenant.e.s avec le niveau de participation médiatique le plus élevé (que l'on voit et qui parlent), la proportion de personnes issues de la diversité chute dans tous les sous-genres de l'information (les journaux télévisés, les magazines d'information et les débats). Par exemple : de 14,14% dans les JT si l'on prend tous.toutes les intervenant.e.s issu.e.s de la diversité à 10,64% si on ne se focalise que sur ceux.celles que l'on voit et qui parlent. La tendance se confirme au fil des analyses.

- Enfin, on observe un cumul dans le déficit de représentation des femmes et des personnes issues de la diversité. Les femmes issues de la diversité font l'objet d'une invisibilisation accrue dans l'espace médiatique. C'est un constat qui se répète au fil des Baromètres.

3. L'ÂGE

En matière de distribution des classes d'âge, une constante est apparue au fil des Baromètres : la surreprésentation des jeunes adultes de 19 à 34 ans et la sous-représentation des personnes de 65 ans et plus. Cette tendance se confirme en 2017 mais avec un certain nombre d'ajustements.

En 2017, la catégorie des 19-34 ans rassemble 32,67% des individus encodés dans l'ensemble des programmes. Il s'agit donc de la tranche d'âge la plus représentée à l'écran. En outre, elle est 1,6 fois plus présente à l'écran que dans la population belge (20,00% au 1er janvier 2017). La tendance au « jeunisme » dans les représentations télévisuelles est ainsi une constante au fil des Baromètres.

En revanche, les personnes âgées de 65 ans et plus sont près de quatre fois (3,95) moins présentes dans l'échantillon de programmes que dans la société. Elles constituent 4,68% des intervenant.e.s dont on a pu identifier l'âge, contre 18,50% dans la société belge (au 1er janvier 2017). La sous-représentation des personnes de 65 ans et plus constitue une tendance lourde des différents Baromètres.

Toutefois, on observe un certain nombre de petites évolutions qui semblent encourageantes.

En effet, la tendance au « jeunisme » dans les représentations à l'écran, bien qu'elle persiste, s'est atténuée. Cette évolution est transversale : la diminution de « l'impératif de jeunesse » concerne les programmes pris dans leur ensemble et, plus spécifiquement, les programmes d'information et de divertissement ; elle se marque dans un certain nombre de

rôles médiatiques socialement valorisés tel que celui de journaliste-animateur.trice. Enfin, nous observions précédemment que l'âge était une composante genrée de l'identité des intervenant.e.s : « l'impératif de jeunesse » pesait plus fortement sur les intervenantes que les intervenants. Cette donnée s'est atténuée également dans le présent Baromètre. Revenons sur ces évolutions.

Tout d'abord, avec 32,67% d'intervenant.e.s âgés de 19 à 34 ans sur l'ensemble des programmes, cette tranche d'âge occupe une proportion moindre dans la pyramide des âges télévisuelle qu'en 2013 (43,73%). Rappelons que la diffusion de photos de jeunes femmes dans des annonces de rencontre au sein d'une émission de call TV avait augmenté la proportion d'intervenantes encodées dans cette tranche d'âge en 2013. En outre, alors que la proportion de jeunes adultes de 19 à 34 ans diminue, les classes d'âge les plus jeunes (12 ans ou moins ; 13-18 ans) et les plus âgées (50-64 ans ainsi que 65 ans et plus) ont vu leurs effectifs augmenter – avec toutefois des proportions variables d'une catégorie à l'autre. Ainsi, comparativement à 2013, la pyramide des âges télévisuelle se « normalise » un peu.

Nous relevons dans les éditions précédentes du Baromètre que cette tendance au jeunisme était accentuée dans les représentations de la féminité à l'écran. La proportion de femmes âgées de 19 à 34 ans y était plus importante que celle des hommes. Dans le présent Baromètre la tendance s'inverse : les hommes de 19 à 34 ans sont plus nombreux que les femmes (34,32% pour 30,31%). Ceci peut s'expliquer par deux facteurs : d'une part, l'exclusion de la call TV du corpus ainsi que la disparition de deux chaînes qui laissaient une large place aux femmes jeunes, d'autre part, l'augmentation du volume des intervenants sur une chaîne de sport qui a « gonflé » la part des jeunes hommes sportifs. Si l'on exclut cette chaîne de sport des résultats, 29,60% des femmes appartiennent à la tranche d'âge 19-34 ans pour 26,87% des hommes. L'impératif de jeunesse pèse alors toujours plus fortement sur les femmes que les hommes mais les écarts se résorbent. D'autre part, on soulignera que les intervenants masculins ne semblent désormais plus à l'abri d'une tendance accrue au jeunisme.

Ensuite, dans le genre de l'information, la distorsion qui tend à gonfler la classe d'âge des 19-34 ans se normalise. Cette tranche d'âge représente 20,49% des intervenant.e.s, soit un chiffre comparable à sa présence dans la société belge (20,00%). En outre, les personnes de 65 ans et plus voient leur présence légèrement augmenter dans ce genre, bien qu'elles restent toujours en deçà du seuil des 10% et dès lors largement sous-représentées : 4,37% en 2011, 3,83% en 2012, 4,61% en 2013 et 7,19% en 2017. Précisons que l'analyse diachronique 2011-2017 montre qu'au fil des Baromètres, la pyramide des âges est moins déséquilibrée dans l'information de portée locale, que nationale ou internationale.

Enfin, en 2011, nous avons souligné une tendance au « jeu-

nisme » dans le rôle de journaliste-animateur.trice. En effet, 53,63% des personnes encodées dans ce rôle appartenaient à la tranche d'âge des 19-34 ans. Cette situation s'était atténuée à partir du Baromètre 2012. En 2017 on constate que la proportion de personnes âgées de 19 à 34 ans a encore diminué dans ce rôle médiatique. Elle est de 29,25% (soit une diminution de 8,53% depuis le dernier Baromètre).

Et si l'on se concentre plus particulièrement sur le rôle de journaliste (dans l'information) on y observe au fil des Baromètres une diminution constante de la proportion de femmes âgées de 19 à 34 ans (73,61% en 2011, 59,13% en 2012, 51,67% en 2013 et 17,73% en 2017). Corrélativement, on note une très forte augmentation de la proportion de femmes de 35 à 49 ans (de 22,92% en 2011 à 62,60% en 2017). Quant aux journalistes masculins, on constate un certain « rajeunissement » à l'antenne : la proportion de 19-34 ans a augmenté de 10,51% de 2012 à 2017 (en passant de 16,00% à 26,51%). De manière transversale, on observe donc en 2017 un relatif « vieillissement » dans les représentations journalistiques des femmes et un rajeunissement dans les représentations des journalistes masculins. Ce constat encourageant est toutefois à nuancer. En effet, lorsqu'on regroupe les classes d'âge, on note que la proportion de femmes journalistes de 19 à 49 ans reste supérieure à celle des hommes, ces derniers étant plus largement distribués sur les classes d'âge.

Ainsi, en dépit de ces évolutions encourageantes, un certain nombre de résultats viennent contrebalancer ces améliorations.

Tout d'abord, si le genre informationnel ne surreprésente plus en 2017 la classe d'âge des 19-34 ans, dont la proportion à l'écran tend à se rapprocher de celle dans la société belge, ce n'est pas le cas pour toutes les catégories d'âge. En effet, la tranche d'âge des 35-49 ans y est nettement surreprésentée comparativement à sa présence dans la société (+12,90%). C'est aussi le cas des personnes âgées de 50 à 64 ans mais dans des proportions moindres (+5,11%). Par contre, les enfants de 12 ans ou moins sont sous-représentés (-5,84%). Cette sous-représentation s'amplifie pour les personnes âgées de 65 ans et plus : l'écart entre les programmes d'information et la société belge est de 11,31%.

Si la tendance au jeunisme recule dans le rôle de journaliste (la proportion des 35-49 ans augmente et celle des 19-34 ans diminue), elle reste toutefois plus forte dans les rôles de premier plan que de second plan. En effet, les 19-34 ans et les 35-49 ans constituent ensemble 86,60% des journalistes principaux pour 68,19% des journalistes second.e.s.

Enfin, la visibilité des personnes de 65 ans et plus continue de poser question. Non seulement cette catégorie d'âge fait l'objet d'une sous-représentation chronique à l'écran mais en outre, lorsqu'elle est représentée, les modalités de sa représentation sont fréquemment problématiques. Ainsi par

exemple, le rôle de vox populi est celui où la proportion de personnes de 65 ans et plus est la plus élevée (7,32% en 2017). Déjà largement absente de l'écran, cette classe d'âge est associée, lorsqu'elle y figure, à une parole d'affect, de témoignage, d'exemplification vécue. Et lorsqu'il est question de la mention des attributs identitaires des personnes qui prennent la parole à l'écran (nom, prénom, profession), on constate au fil des Baromètres qu'à l'instar des plus jeunes (enfants et adolescents), les personnes âgées sont souvent dépersonnalisées, dénuées des caractéristiques qui fondent leur identité. Ainsi, l'absence de mention diminue avec l'âge de l'intervenant.e mais elle remonte à 35,66% s'agissant des personnes de 65 ans et plus. On notera toutefois que c'est 10,79% de moins qu'en 2013 et 19,63% de moins qu'en 2012.

4. LA CATÉGORIE SOCIO-PROFESSIONNELLE

Les constats du Baromètre 2017 confortent les tendances déjà observées précédemment en matière de distribution des catégories socio-professionnelles. En effet, la surreprésentation des catégories socio-professionnelles supérieures et la nette sous-représentation des professions manuelles, peu qualifiées et des personnes inactives sont des constantes au fil des analyses.

En 2017, les catégories socio-professionnelles supérieures (CSP +, c'est-à-dire les cadres, dirigeant.e.s, professions intellectuelles et scientifiques – dont les professionnels des médias) représentent 44,71% des professions encodées. Les professions intermédiaires, employé.e.s administratif.ve.s, personnel des services et vendeur.euse.s ne représentent que 9,74% des intervenant.e.s. Les ouvrier.ère.s, artisan.e.s, agriculteur.trice.s et les professions non qualifiées sont nettement sous-représentées : elles totalisent 5,17% des professions encodées. Enfin, les personnes inactives au sens large (personnes au chômage, au foyer, retraité.e.s, élèves et étudiant.e.s) constituent 16,52% des intervenant.e.s. Toutefois, 14,36% de ces personnes sont des élèves et étudiant.e.s. Les personnes retraitées, au foyer ou au chômage sont ainsi très largement exclues des représentations à l'écran.

Si l'on étudie la distribution des catégories socio-professionnelles pour chaque genre de programme, on observe que les catégories supérieures sont toujours les plus représentées à l'écran, sauf dans un certain nombre de genres télévisuels : la fiction, le sport et les « autres émissions ». Dans l'information, les cadres, dirigeant.e.s, professions intellectuelles et scientifiques représentent 56,54% des intervenant.e.s. Il y a d'ailleurs fort peu d'écarts par rapport à cette moyenne au sein des différents sous-genres de l'information : les CSP + représentent 56,25% des intervenant.e.s dans les journaux télévisés, 58,60% dans les magazines d'information et 56,25% dans les débats. On notera encore que ce sont les CSP + qui

présentent la plus grosse proportion d'intervenant.e.s quelle que soit la portée de l'information. Néanmoins, cette proportion se renforce dans les informations de portée internationale (69,21%). Ces dernières laissent le moins de place à la diversité des catégories socio-professionnelles.

L'évolution la plus saillante de 2013 à 2017 réside toutefois dans la diminution de la part des catégories socio-professionnelles supérieures. Bien que celles-ci demeurent surreprésentées à l'écran, leur proportion est passée de 52,96% en 2013 à 44,71% en 2017 (soit -8,25%). Cette tendance va à contre-courant de ce qui avait été observé jusqu'ici dans les différents Baromètres. Cette diminution vise tous les genres de programme, à l'exception du divertissement où les CSP + continuent de progresser au fil des Baromètres.

Les professions manuelles et celles non qualifiées connaissent en revanche une très légère augmentation (de 1,02%) de 2013 à 2017. Quant aux personnes inactives, elles sont un peu plus représentées dans le Baromètre 2017 qu'au cours des années précédentes : 16,52% en 2017, pour 6,60% en 2013. Comme nous l'avons souligné plus haut, la majorité de ces personnes inactives sont des élèves et étudiant.e.s. Précisons que les personnes inactives sont plus représentées dans l'information locale (23,37%) que nationale (4,34%) et internationale (7,42%). On notera aussi que l'information locale est pratiquement la seule à faire intervenir des personnes retraitées.

5. LE HANDICAP

Les personnes en situation de handicap dans le corpus représentent 1,48% des intervenant.e.s. Alors que la représentation de ces personnes se stabilisait autour de 0,30% en 2012 et 2013, on observe donc une légère augmentation (+1,15%) depuis le dernier Baromètre. Ajoutons toutefois une donnée contextuelle : le corpus encodé en 2017 inclut la « semaine du Vivre ensemble » sur les chaînes de télévision locales ainsi que le Télédon (celui-ci est axé sur le don d'organe et le don de sang). Ces deux éléments ont contribué à augmenter le nombre de personnes en situation de handicap à l'écran.

L'augmentation du nombre de personnes en situation de handicap vaut particulièrement pour les programmes d'information (de 77 intervenant.e.s en 2013 à 602 en 2017) et les magazines-documentaires (de 13 intervenant.e.s en 2013 à 508 en 2017). L'analyse de la répartition des personnes présentant un handicap visible par genre montre que 51,63% de ces personnes figurent dans les programmes d'information. Le « décroisement générique » que nous observions en 2012-2013 tend à s'effacer quelque peu : les personnes en situation de handicap se concentrent dans l'actualité au sens large. La proportion de personnes en situation de handicap chute dans la fiction, le sport, les programmes courts. Elles restent en outre pratiquement absentes du divertissement, un genre de programme qui cherche pourtant à fédérer le public le plus large possible.

En outre, le mode de représentation des personnes en situation de handicap à l'écran, ne présente pas d'évolutions. Les personnes en situation de handicap restent écartées

des rôles discursifs socialement valorisés : on observe ainsi 10 personnes parmi les journalistes-animateur.trice.s (soit 0,37% des intervenant.e.s de cette catégorie), 3 personnes parmi les porte-paroles (soit 0,09% des intervenant.e.s de cette catégorie) et aucun.e expert.e. De la même manière, les intervenant.e.s en situation de handicap sont exclu.e.s du rôle de candidat.e 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 catégorie socio-professionnelle supérieure et en « bonne » santé.

En revanche, les personnes en situation de handicap sont un peu plus présentes dans les rôles secondaires de figurant.e (1,60% des figurant.e.s présentent un handicap visible) et les rôles discursifs fondés sur l'affect, le « pathos », l'expérience (2,13% des vox populi présentent un handicap visible). En outre, elles apparaissent plus fréquemment passives à l'écran : lorsque le niveau d'intervention médiatique est le moins élevé (on voit la personne mais elle ne parle pas) les personnes en situation de handicap sont proportionnellement plus nombreuses que les personnes qui ne sont pas en situation de handicap, et inversement.

Enfin, sur 1.166 personnes en situation de handicap, 466 (soit 39,96%) sont associées au marqueur social « handicap ». Ainsi, dans près de 4 cas sur 10, les personnes en situation de handicap sont sollicitées précisément en tant que personne handicapée dans un sujet relatif au handicap. La diminution observée à ce sujet en 2013 ne s'est donc pas confirmée.

La comparaison au fil des Baromètres étaye ces différentes tendances : de 2011 à 2017, les personnes en situation de handicap se concentrent systématiquement dans les rôles passifs de figurant.e et affectifs de vox populi. À chaque édition du Baromètre, elles sont exclues des rôles d'expert.e et de candidat.e à un jeu, c'est-à-dire de la parole d'opinion mais aussi du rêve et de l'univers hédoniste. En outre, au fil des analyses elles sont régulièrement associées au marqueur social handicap et sont plus fréquemment passives à l'écran que les personnes qui ne présentent pas de handicap visible.

POUR CONCLURE ...

Les résultats du Baromètre sont très nuancés. Certains paramètres de l'égalité et de la diversité poursuivent les évolutions déjà amorcées précédemment ou amorcent des transformations (les effectifs augmentent, les écarts entre modalités se résorbent, les distributions se répartissent un petit peu plus équitablement, ...). Il n'y a pas de bouleversements mais plutôt, comme nous le soulignons déjà en 2013, des progressions qui se mesurent en « saut de puces ». C'est le cas de la place des femmes dans l'information et dans certains rôles discursifs socialement valorisés. C'est le cas de la variable âge, alors que le « jeunisme », toujours prépondérant, se relâche un petit peu. C'est le cas aussi de la distribution des catégories socio-professionnelles qui, pour la première fois, donne légèrement moins de poids aux catégories supérieures. C'est le fait d'appréhender la diversité des origines moins dans le cadre d'un « groupe multiculturel » et davantage en tant qu'individualités. En revanche, d'autres critères de l'égalité et de la diversité stagnent voire reculent alors même que l'on pensait les changements impulsés. On relèvera à cet égard que la diversité des origines recule transversalement dans la majorité des rôles médiatiques et des genres de programmes, notamment dans l'information. Enfin, la représentation du handicap à l'écran semble toujours constituer un véritable tabou, hors d'émissions ou de sujets spécifiquement dédiés.

Par ailleurs, nous sommes marqué.e.s par la récurrence de certains constats qui persistent inlassablement au fur et à mesure des analyses réparties sur plusieurs années. Les femmes, les personnes issues de la diversité, les personnes âgées et les très jeunes, les individus issus de catégories socio-professionnelles moins qualifiées ainsi que les inactif.ve.s et les personnes en situation de handicap font l'objet de représentations quantitativement et qualitativement déséquilibrées par rapport aux hommes, aux jeunes adultes, aux personnes vues comme « blanches », aux catégories socio-professionnelles supérieures et aux individus en « bonne » santé. Qui plus est, l'imbrication des différents marqueurs de l'identité d'une personne vient renforcer sa visibilité ou son invisibilité dans l'espace médiatique. Quelle est par exemple la visibilité des femmes âgées, issues de la diversité ? L'angle intersectionnel – qui permet de mesurer l'impact des discriminations multiples (selon des critères de genre, d'origine, d'âge, de handicap, ...) en se plaçant aux points d'intersection de ces catégories créées par les systèmes de domination²⁸ – fait pleinement ressortir ces déséquilibres de représentation.

Nous clôturons le Baromètre 2013, le dernier du Plan d'action pour l'égalité et la diversité dans les médias audiovisuels, sur une invitation à poursuivre le changement qui se tramait dans les chiffres : des résultats ont été engrangés et ils invitent à ne pas relâcher la cadence, précisons-nous. Cinq années plus tard, il semble urgent de relancer la réflexion, de dépasser les initiatives informelles qui reposent sur la bonne vigilance des uns et des autres et de sensibiliser l'ensemble de la chaîne de production-diffusion audiovisuelle.

En effet, se pose la question de savoir qui est représenté à l'écran et comment ? Mais aussi qui est derrière la caméra ? Comment se compose la rédaction ? Qui occupe les postes à responsabilité ? Le Baromètre sur la communication commerciale pointe, quant à lui, la responsabilité sociale des annonceurs dans la construction des représentations. Et l'étude que nous avons menée récemment sur la place et l'image des femmes dans les fictions étend la question aux appels à projets et aux instruments publics de soutien à la production audiovisuelle. La réflexion est donc globale.

Le travail de dialogue avec les éditeurs de services doit nécessairement connaître une nouvelle dynamique. Pourquoi ne pas avancer vers des objectifs plus précis ? Pourrions-nous imaginer que les éditeurs de services choisissent les points sur lesquels ils souhaitent s'engager en fonction des spécificités de leur entreprise et des réalités de « leur terrain » ? Ces pistes sont clairement à explorer pour impulser une nouvelle dynamique avec les éditeurs qui permette de converger vers des changements vraiment structurels.

Les éditeurs de services et les instances de régulation sont au cœur de la question. Mais ce travail de réflexion devrait impliquer transversalement tous les maillons de la chaîne : les éditeurs, les entreprises de production, les créateurs, les scénaristes, les annonceurs, les agences de publicité mais aussi les pouvoirs publics et les institutions qui forment l'ensemble de ces professionnels des médias. Le travail sur la (dé)construction de ces représentations ne pourrait-il pas aussi s'opérer en amont ? Le CSA souhaite lancer la réflexion avec l'ensemble des parties prenantes.

²⁸ CRENSHAW, Kimberle, « Demarginalizing the Intersection of Race and Sex: A Black Feminist Critique of Antidiscrimination Doctrine, Feminist Theory and Antiracist Politics », *op. cit.*

BIBLIOGRAPHIE

- ASSOCIATION DES JOURNALISTES PROFESSIONNELS, *Étude de la diversité et de l'égalité dans la presse quotidienne belge francophone*, Bruxelles, AJP, 2011.
- ASSOCIATION DES JOURNALISTES PROFESSIONNELS, *Étude de la diversité et de l'égalité dans la presse quotidienne belge francophone*, Bruxelles, AJP, 2015
- ASSOCIATION DES JOURNALISTES PROFESSIONNELS, *Étude de l'image et de la représentation des jeunes dans la presse quotidienne belge francophone*, Bruxelles, AJP, 2015
- BERTINI, MARIE-Joseph, « Langage et pouvoir : la femme dans les médias (1995-2002) », *Communication et langages*, Vol.152, N°1, 2007.
- BISCARRAT, Laetitia, « Les représentations télévisuelles du couple homme-femme : une approche par le genre », Thèse de doctorat en sciences de l'information et de la communication, Université Michel de Montaigne Bordeaux 3, juin 2012.
- BISCARRAT, Laetitia, ESPINEIRA, Karine, THOMAS, Maud-yeuse, ALESSANDRIN, Arnaud, *Quand la médiatisation fait genre. Médias, transgressions et négociations de genre*, Paris, L'Harmattan, coll. « Cahiers de la transidentité », hors-série, 2014.
- BODSON, Catherine., *La représentation de la diversité au sein des programmes de la télévision belge francophone*, CSA, coll. « Études et Recherches », 2009.
- CERVULLE, Maxime, *Dans le blanc des yeux : Diversité, racisme et médias*, Amsterdam, 2013.
- CHARAUDEAU, Patrick, *Les médias et l'information. L'impossible transparence du discours*, Bruxelles-Paris, De Boeck & Larcier - INA, coll. « Médias Recherches », 2005.
- CONSEIL SUPÉRIEUR DE L'AUDIOVISUEL, *Baromètre Diversité-Egalité 2011*, Bruxelles, CSA, 2011.
- CONSEIL SUPÉRIEUR DE L'AUDIOVISUEL, *Baromètre Diversité-Egalité 2012*, Bruxelles, CSA, 2012.
- CONSEIL SUPÉRIEUR DE L'AUDIOVISUEL, *Baromètre Diversité-Egalité 2013*, Bruxelles, CSA, 2013.
- CONSEIL SUPÉRIEUR DE L'AUDIOVISUEL, *Image et représentations des enfants et des jeunes dans les médias télévisés de la Fédération Wallonie-Bruxelles. Baromètre 2013*, Bruxelles, CSA, 2013.
- CONSEIL SUPÉRIEUR DE L'AUDIOVISUEL, *Panorama des bonnes pratiques en matière d'égalité et de diversité dans les médias audiovisuels de la Communauté française de Belgique*, Bruxelles, CSA, 2010.
- CONSEIL SUPÉRIEUR DE L'AUDIOVISUEL, *Panorama des bonnes pratiques pour l'égalité et de diversité dans les médias audiovisuels de la Fédération Wallonie-Bruxelles*, Bruxelles, CSA, 2011.
- CONSEIL SUPÉRIEUR DE L'AUDIOVISUEL, *Panorama des bonnes pratiques pour l'égalité et de diversité dans les médias audiovisuels de la Fédération Wallonie-Bruxelles*, Bruxelles, CSA, 2012.
- CRENSHAW, Kimberle, « Demarginalizing the Intersection of Race and Sex: A Black Feminist Critique of Antidiscrimination Doctrine, Feminist Theory and Antiracist Politics », *University of Chicago Legal Forum*, Vol.1, 1989.
- DAMIAN-GAILLARD, Béatrice, MONTANOLA, Sandy, OLIVE-SI, Aurélie, (dir.), *L'assignation de genre dans les médias. Attentes, perturbations, reconfigurations*, Rennes, Presses universitaires de Rennes, 2014.
- DE BONVILLE, Jean, *L'analyse de contenu des médias. De la problématique au traitement statistique*, Paris-Bruxelles, De Boeck & Larcier, coll. « Culture et communication », 2000.
- DERÈZE, Gérard, *Méthodes de recherche en communication*, Bruxelles, De Boeck, coll. « Infocom », 2009.
- GHEORGHE, N., HANCOCK, I., CORTIADE, M., « «Roms» ou «Tsiganes» ? Quelques commentaires sur l'ethnonyme du peuple romani », *Etudes Tsiganes*, vol. 50, no.2, 2012.
- GHOSN, Catherine, *Médiation télévisuelle et représentation de la diversité*, Paris, L'Harmattan, coll. « Communication et civilisation », 2015.
- GLOBAL MEDIA MONITORING PROJECT, *Quel genre d'info ? Rapport final GMMP 2010 Communauté française de Belgique*, M. Simonis (dir.), AJP, 2010.
- GLOBAL MEDIA MONITORING PROJECT, *Quel genre d'info ? Rapport final GMMP 2015 Fédération Wallonie-Bruxelles*, M. Simonis (dir.), AJP, 2015.
- HERBERT EMILIE, *Place et représentation des femmes dans les fictions télévisées de la Fédération Wallonie-Bruxelles*, Bruxelles, Conseil Supérieur de l'Audiovisuel, Bruxelles, coll. « Études et Recherches », 2017.
- KESTELOOT, Christian, « La répartition géographique de l'immigration étrangère : fondements, dynamiques et conséquences sociales », in Khader, Bichara, Martiniello, Marco, Rea, Andrea, Timmerman, Christiane (dir.), *Penser l'immigration et l'intégration autrement*, Bruxelles, Bruylant, 2006.
- LALLET, Mélanie, *Il était une fois ... le genre. Le féminin dans les séries animées françaises*, Paris, INA éditions, coll. « Études et controverses », 2014.
- LECOSSAIS, Sarah, « Les mères ne sont pas des parents comme les autres. Genre et parentalité dans les séries télévisées françaises », *Revue française des sciences de l'information et de la communication*, Vol.4, 2014.
- LEVANT, Bertrand, *Étude comparative des politiques des régulateurs membres du REFRAM en matière d'égalité hommes-femmes*, Bruxelles, Conseil Supérieur de l'Audiovisuel, 2011.
- LITS, Marc ; DESTERBECQ, Joëlle, *Du récit au récit médiatique*, Bruxelles, De Boeck, coll. « Infocom », 2ème éd., 2017.

- LEYENS, J.-P., YZERBYT, V., *Psychologie sociale*, Sprimont, Mardaga, 1997.
- LOCHARD, Guy, « Identités sociales, médiatiques et discursives à la télévision : De la mobilité à l'instabilité », *Questions de Communication*, n°2, 2002.
- MACÉ, Éric, *La société et son double. Une journée ordinaire de télévision*, Paris, Armand Colin et INA, coll. « Médiacultures », 2006.
- MACÉ, Éric, « Des « minorités visibles » aux néostéréotypes. Les enjeux des régimes de monstration télévisuelle des différences ethnoraciales », *Journal des anthropologues*, Hors-série, 2007.
- MACÉ, Éric, « Mesurer les effets de l'ethnoracialisation dans les programmes de télévision : limites et apports de l'approche quantitative de la "diversité" », in *Réseaux*, n°157-158, 2009/5.
- MARTHOZ, Jean-Paul., *Couvrir les migrations*, Bruxelles, De Boeck, coll. « Infocom », 2011.
- Médiamorphoses*, « Minorités visibles ? », Lochard, G. (dir.), n°17, septembre 2006.
- PECOLO, Agnès, « Médias et âges de la vie. Brève exploration de la figure du "senior" », *Le Sociographe*, n°35, 2011/2.
- ROSS, Karen, PADOVANI, Claudia, *Gender Equality and the media. A challenge for Europe*, London, Routledge, 2017.
- SEPULCHRE, Sarah (dir.), *Décoder les séries télévisées*, Bruxelles, De Boeck coll. « Infocom », 2ème éd. 2017.
- SEPULCHRE, Sarah. « Policier/scientifique, féminin/masculin dans les séries télévisées. Dépolarisation des caractérisations et réflexion sur les outils d'analyse », in DAMIAN-GAILLARD, Béatrice, MONTANOLA, Sandy, OLIVESI, Aurélie, (dir.), *L'assignation de genre dans les médias. Attentes, perturbations, reconfigurations*, Rennes, Presses universitaires de Rennes, 2014.
- SINARDET, Dave, DE SWERT, Knut, DANDOY, Régis, « Les sujets des journaux télévisés francophones et flamands. Une comparaison longitudinale », in *Courrier hebdomadaire du CRISP*, n°1864, 2004.
- SPIES, Virgine, *Télévision, presse people. Les marchands de bonheur*, Bruxelles, De Boeck, 2008.
- STATBEL, Direction générale statistique, Enquête sur les forces de travail 2017. Professions ISCO, sexe, âge et région de résidence. <https://statbel.fgov.be/fr/themes/emploi-formation/marche-du-travail/emploi-et-chomage#figures>.
- STATBEL, Direction générale statistique, Population par sexe et groupe d'âges pour la Belgique, 2008-2018. <https://bestat.statbel.fgov.be/bestat/crosstable.xhtml?view=c1649c18-ea66-4286-9310-2413e74134f8>
- TRÉPANIER-JOBIN, Gabrielle, « (Dé)assignation de genre dans les médias. Une analyse du feuilleton télévisé et de l'émission parodique "Le cœur a ses raisons" », in DAMIAN-GAILLARD, Béatrice, MONTANOLA, Sandy, OLIVESI, Aurélie, (dir.), *L'assignation de genre dans les médias. Attentes, perturbations, reconfigurations*, Rennes, Presses Universitaires de Rennes, 2014.

ANNEXES : GRILLE D'ANALYSE

BAROMÈTRE DE LA DIVERSITE ET DE L'ÉGALITÉ -2017-

MÉTHODOLOGIE POUR L'ANALYSE DES PROGRAMMES

MANUEL D'ENCODAGE

RAPPEL

L'objectif du baromètre est « de photographier » d'année en année, sur la base d'une semaine d'échantillon, la manière dont les éditeurs de services télévisuels de la Fédération Wallonie-Bruxelles représentent la diversité à l'écran.

Seule la représentation de la réalité belge est visée à travers l'étude : sont ainsi identifié.e.s et caractérisé.e.s l'ensemble des intervenant.e.s apparaissant dans les productions et coproductions propres des éditeurs (en ce compris les partenariats avec des producteurs indépendants).

La notion de diversité est envisagée dans son acception large. Sont ainsi pris en compte :

- le genre,
- l'âge,
- l'origine,
- la catégorie professionnelle,
- le handicap.

Le principe d'encodage repose sur la **perception** générale des téléspectateur.trice.s lambda et non sur le principe de vérité.

CHAMP D'ANALYSE

1. Les **éditeurs de services linéaires** retenus sont ceux actifs en Fédération Wallonie-Bruxelles : La Une, La Deux, La Trois, RTL TVi, Plug RTL, Club RTL, AB3, AB4, Canal Z, Be1, Proximus 11, les 12 télévisions locales (Antenne Centre, Télé Mons-Borinage, Télésambre, Notélé, Canal C, Canal Zoom, TV Com, MaTélé, TV Lux, Télèvesdre, RTC Télé-Liège et BX1). Par rapport à l'édition 2013 du Baromètre, Star TV et Liberty TV n'existent plus. Voo Foot a été remplacée par les chaînes VOO Sport et Voo Sport World. Néanmoins, ces chaînes n'ont pas été enregistrées, tout comme Proximus 11+.

Contact Vision, NRJ Hit TV ainsi que les chaînes d'autopromotion ne sont pas retenues dans l'échantillon, les deux premières parce qu'il n'y a pas moyen de connaître l'origine des programmes qu'elle diffuse (clips vidéo), les suivantes parce que les extraits diffusés ont généralement été produits hors Communauté française.

2. **L'étude s'étend sur 7 jours consécutifs**, répartis sur deux semaines, soit du jeudi au mercredi. Cette semaine est choisie aléatoirement. Pour l'année 2017, la période analysée s'étalera du **11 au 17 mai 2017**. Des informations contextuelles seront

recueillies afin de permettre la meilleure interprétation possible des données : informations propres aux différents médias, sujets d'actualité à la une durant cette période, événements inhabituels ou spectaculaires...

3. L'encodage porte sur la tranche horaire 11-24h pour les télévisions privées et pour la RTBF. Elle porte sur la diffusion de 00h à 24h pour les télévisions locales étant entendu que les rediffusions ne sont pas prises en compte.

Pour les télévisions privées et la RTBF, ce choix se justifie par le fait qu'avant 11h la plupart des programmes sont soit des rediffusions, soit des programmes hors Fédération Wallonie-Bruxelles. Pour les télévisions locales, le choix est dicté par la prééminence des productions produites en propre ou coproduites et par les débouclages de plus en plus fréquents des boucles horaires existantes. Les rediffusions – par service – sont toutefois hors champ d'étude, ce qui évite d'éventuels biais dus à la répétition.

4. **Seules les productions propres et les coproductions** sont encodées (en ce compris les partenariats avec les producteurs indépendants).

ATTENTION : toute émission dont au moins 50% de la durée prend place après 11h ou avant 24h pour les chaînes privées ou la RTBF ou après 00h ou avant 24h pour les télévisions locales devra être indexée dans sa totalité.

5. **L'ensemble des genres télévisuels est visé, à l'exception de la publicité** => celle-ci fait l'objet d'une analyse spécifique dans un autre rapport de recherche.

6. **L'encodage s'entend hors rediffusion** (par chaîne et par jour).

UNITÉS D'ENCODAGE ET DE MESURE

1. **L'indexation porte sur chaque personne considérée comme intervenant.e**, c'est-à-dire :

- la personne qui apparaît à l'écran et prend la parole (à micro tendu),
- la personne que l'on voit mais qui ne parle pas (à micro tendu ou ne s'exprime pas du tout),
- la personne qui parle mais que l'on ne voit pas,
- la personne que l'on ne voit pas mais dont on parle.

2. **Les intervenant.e.s sont répertorié.e.s une seule fois par émission** (sans tenir compte de la fréquence ni de la durée de leur intervention). Si ces personnes sont présentes au sein de plusieurs programmes, elles sont indexées en conséquence.

3. Les groupes de personnes, les publics sont indexés au même titre que les intervenant.e.s isolé.e.s. Une seule occurrence est posée par groupe. Les membres de ces groupes ou de ces publics ne sont pas dissociés de leur ensemble, sauf si l'image ou le son les met davantage en avant. Ainsi, au-delà de 3 personnes au sein d'un même plan, les intervenant.e.s sont considéré.e.s comme un tout.

4. L'indexation se réalise en fonction de l'appréciation du sens commun. C'est-à-dire que pour chacun des individus indexés, il faut se poser la question : comment cet individu est-il perçu par les téléspectateur.trice.s en termes de rôle, âge, d'origine ... ? On notera que cette perception se constitue pour le.la téléspectateur.trice tout au long du programme, en fonction de nombreux éléments qui peuvent être visibles à l'écran, dits, écrits ou même induits.

L'étude ne cherche pas à obtenir la vérité mais à recueillir la perception des téléspectateur.trice.s : « comment le.la téléspectateur.trice se souviendra-t-il.elle du personnage ? ».

Chaque programme produit en propre ou coproduit sera indexé comme si c'était la première fois que l'observateur.trice le visionne. Celui.celle-ci ne devra pas être influencé.e par ce qu'il.elle connaît personnellement du programme.

5. Cas particuliers :

- **Si le personnage est flouté**, on l'indexe en essayant d'identifier au mieux les différentes caractéristiques à indexer.
- **Si le personnage est de dos**, il faut l'indexer et indiquer en commentaire les éléments qui n'ont pas pu être renseignés.
- **Si dans un programme** aucune personne n'est à indexer, il faudra le préciser en commentaire : « aucune personne à indexer ».

6. **Sont exclus du recensement**, les personnages qui n'ont pas physiquement de traits humains réalistes (ex. Bob l'éponge).

LES VARIABLES ET LEURS MODALITÉS

a. Service édité :

La Une (RTBF), La Deux (RTBF), La Trois (RTBF), RTL TVi, Plug RTL, Club RTL, AB3, AB4, Canal Z, Be1, Proximus 11, Antenne Centre, Télé Mons-Borinage, TéléSambre, Notélé, Canal C, Canal Zoom, TV Com, MaTélé, TV Lux, Télévesdre, RTC Télé-Liège et BX1.

b. Titre du programme

c. Jour de diffusion

d. Heure de début (format HH:MM:SS)

e. Heure de fin (format HH:MM:SS)

f. Durée du programme

g. Plage horaire de diffusion (on prend en compte la plage horaire dans laquelle se situe le début de l'émission)

- 01 – Matinale (06h à 10h)
- 02 – Journée (10h à 16h)
- 03 – Early fringe (16h à 18h)
- 04 – Avant soirée – Access prime time (18h à 19h30)
- 05 – Soirée – Prime time (20h à 23h)
- 06 – Deuxième partie de soirée (23h à 00h)
- 07 – Troisième partie de soirée – Late night (00h à 01h)
- 08 – Programme de nuit (01h à 06h)

h. Genre télévisuel et sous-genre (les indications se présentent sur deux colonnes)

- 01 – Fiction
 - 011 – Cinéma
 - 012 – Téléfilm
 - 013 – Série
 - 014 – Animation
 - 015 – Court métrage
- 02 – Information
 - 021 – Journal télévisé
 - 022 – Magazine d'information
 - 023 – Débat
 - 024 – Émission spéciale

Commentaire : on sera attentif à la distinction entre magazines d'information et magazines de société ou culturel (voir catégorie 03)

- 03 – Magazine/Documentaire
 - 031 – Magazine de société
 - 032 – Patrimoine
 - 033 – Magazine culturel
 - 034 – Lifestyle
 - 035 – Documentaire
- 04 – Divertissement
 - 041 – Jeu
 - 042 – Musique : variétés, concerts
 - 043 – Vidéoclip
 - 044 – Spectacle d'humour
 - 045 – Télé-achat, call tv
 - 046 – Médias (vie des médias)
 - 047 – Autre (spectacle non musical, cirque, etc.)
- 05 – Sport
 - 051 – Retransmission sportive
 - 052 – Magazine sportif
- 06 – Programmes courts
 - 061 – Message d'intérêt général
 - 062 – Communiqué
 - 063 – Information routière
 - 064 – Météo
 - 065 – Bande annonce
 - 066 – Lotto
 - 067 – Habillage
 - 068 – Capsule

Commentaire : Le programme court est généralement inférieur à 5 minutes. On retiendra, pour une question pratique, que si les bandes annonces ou les messages d'intérêt général

sont inclus dans les tunnels publicitaires ils n'entrent pas en ligne de compte dans l'analyse. Attention : les bandes annonces des productions étrangères ne sont pas encodées.

07 – Autres émissions

i. Sous-titre

j. Titre/sujet

Il s'agit des caractéristiques détaillées de l'émission. Les données qui alimentent cette colonne sont variables et subordonnées au genre et au sous-genre de l'émission considérée, comme suit :

01 – Fiction	> Indiquer le sous-titre (exemple titre de l'épisode, etc.) : reprendre colonne i « Sous-titre diffusion ». Si la colonne « Sous-titre diffusion » est vide, indiquer un « Titre / Thème » un peu plus détaillé que le titre de l'émission
02 – Information	> Détailler 1 par 1 tous les sujets traités dans l'émission
03 – Magazine (sauf 035 documentaire)	> Détailler 1 par 1 toutes les séquences traitées dans l'émission
035 – Documentaire	> Indiquer le sous-titre et le cas échéant le thème de la séquence + détailler 1 par 1 toutes les séquences traitées dans l'émission
043 – Vidéoclip	> Indiquer le titre : reprendre colonne i « Sous-titre diffusion »
	Ne pas indiquer le nom de l'artiste mais uniquement le titre du morceau. Si la colonne « Sous-titre diffusion » est vide, indiquer un « Titre / Thème » un peu plus détaillé que le titre du programme
051 – Retransmission sportive	> Indiquer la discipline ou la compétition sportive
052 – Magazine sportif	> Indiquer le thème de la séquence ou la discipline traitée, le cas échéant indiquer plusieurs séquences et/ou disciplines.

k. Numéro de l'intervenant.e (n°)

ATTENTION : Très souvent les informations à recueillir sur la personne seront diffusées au fur et à mesure du programme. C'est pourquoi il est indispensable de bien comprendre le contenu du programme dans sa globalité afin de coder au mieux les intervenant.e.s.

l. Type d'intervenant.e

- 01 – que l'on voit et qui parle (à micro tendu)
- 02 – que l'on voit mais qui ne parle pas (à micro tendu ou ne s'exprime pas du tout)
- 03 – qui parle mais que l'on ne voit pas
- 04 – que l'on ne voit pas mais dont on parle

m. Individu ou groupe

- 01 – l'intervenant.e est un individu
- 02 – l'intervenant.e est un groupe (=> figurant.e non individualisé.e Cf. infra) :
 - 021 – l'intervenant.e est un groupe de plus de trois personnes
 - 022 – l'intervenant.e est un groupe de plus de 10 personnes

n. Identification

- 01 – mention écrite
 - 011 – prénom + nom + profession (ou nom + profession)
 - 012 – prénom + nom
 - 013 – prénom + profession
 - 014 – prénom
 - 015 – profession
 - 016 – nom
 - 017 – nom + profession
 - 018 – surnom
 - 019 – surnom + profession
- 02 – mention orale
 - 021 – prénom + nom + profession (ou nom + profession)
 - 022 – prénom + nom
 - 023 – prénom + profession
 - 024 – prénom
 - 025 – profession
 - 026 – nom
 - 027 – nom + profession
 - 028 – surnom
 - 029 – surnom + profession
- 03 – mention écrite et orale
 - 031 – prénom + nom + profession (ou nom + profession)
 - 032 – prénom + nom
 - 033 – prénom + profession
 - 034 – prénom
 - 035 – profession
 - 036 – nom
 - 037 – nom + profession
 - 038 – surnom
 - 039 – surnom + profession
- 00 – aucune mention

o. Genre

- 01 – homme
- 02 – femme
- 03 – plusieurs genres (ex. hommes et femmes)
- 04 – personne transgenre
- 05 – personne travestie ²⁹
- 00 – ne sait pas (ex : des nouveau-nés, des individus dont on parle de manière générale (« les enseignants », « les manifestants », « les clandestins »))

²⁹ Dans certaines formes de travestissement, le renversement apparent des normes de genre n'est pas incompatible avec l'ordre social existant (et peut même servir parfois à le renforcer). Le travestissement carnavalesque par exemple ne revêt pas le même caractère subversif que celui de la drag queen, dont la performance dénaturalise le lien normatif entre sexe et genre (Voir McClintock, Anne (1995), « Race, classe, genre et sexualité : entre puissance d'agir et ambivalence coloniale », *Multitudes*, 2006/3 (n°26), p.109-121).

Si le travestissement ne présuppose pas nécessairement que l'identité de genre de l'individu ne soit pas alignée sur son sexe biologique, il en est différemment pour la personne transgenre dont l'identité de genre est différente du sexe assigné à la naissance. Nous avons donc distingué en deux catégories différentes les individus transgenres et les personnes travesties.

Au-delà de 3 personnes au sein d'un même plan, les intervenant.e.s sont considérés comme un tout et classés en tant que « figurant.e.s non individualisé.e.s ». La modalité « plusieurs genres » pourra être utilisée dans le cadre de ces groupes de « figurant.e.s non individualisé.e.s ».

p. Âge ³⁰

- 01 – <ou égal à 12
- 02 – 13-18
- 03 – 19-34
- 04 – 35-49
- 05 – 50-64
- 06 – ≥ 65
- 07 – plusieurs tranches d'âge
- 00 – ne sait pas (visage flouté, ou encore dans le cas d'une personne décédée dont on parle de manière générale).

S'il s'agit d'images d'archives, l'âge répertorié correspond à celui de l'époque.

q. Origine perçue

Nous travaillons sur des indicateurs fondés sur des perceptions de sens commun. Chacun d'entre nous utilise des catégories pour appréhender l'univers qui l'entoure ³¹. L'indexation des intervenant.e.s sur la base de l'origine à laquelle nous procédons dans l'analyse prend appui sur ce processus de catégorisation implicite et ne se fonde donc en aucun cas sur un processus d'objectivation ou de recherche de la vérité. Nous procédons par appréhension de marqueurs immédiatement perceptibles (par ex. apparence physique, accent, mention éventuelle d'un nom à consonance « étrangère ») pour nous fonder une représentation immédiate d'autrui. Nous ne visons donc pas dans notre analyse la substance des individus mais bien la construction sociale de l'altérité via des mécanismes de catégorisation.

Dès lors, nous avons catégorisé les différent.e.s intervenant.e.s en fonction de leur origine perçue, c'est-à-dire en nous basant sur des marqueurs ethno-raciaux jugés les plus répandus dans la population. Les marqueurs de la perception de ces catégories relèvent du sens commun supposé du grand public et s'appuient ici principalement sur les traits physiques des personnages apparaissant à l'antenne ou sur d'autres indices recueillis dans les commentaires (en voix « off ») ou par auto-désignation, tels que la mention de la nationalité ou de l'origine des individus.

Les catégories des origines supposées retenues par l'étude sont les suivantes :

- 01 – Perçu.e comme blanc.he
- 02 – Perçu.e comme noir.e
- 03 – Perçu.e comme arabe
- 04 – Perçu.e comme asiatique (Extrême Orient)
- 05 – Perçu.e comme turc.que
- 06 – Perçu.e comme métis.se
- 07 – Perçu.e comme Européen.ne de l'est
- 08 – Perçu.e comme Rrom ³²
- 09 – Autre
- 10 – Multiculturel (deux marqueurs ou plus dans un même plan)
- 00 – Ne sait pas

Les indicateurs permettant de rattacher l'intervenant.e à une catégorie sont : la mention écrite ou orale de l'origine, l'apparence physique, l'accent. Le nom et le prénom ne constituent pas un indicateur à eux seuls et doivent être combinés avec au moins un autre indicateur pour être significatifs. Les indicateurs ne sont pas cumulatifs ; si un indicateur est rencontré, il exclut les autres. Notons néanmoins que, en cas de doutes, l'item « apparence physique » l'emporte sur les autres. Cet encodage repose essentiellement sur la perception. En cas de doutes, ne pas hésiter à se poser la question : comment cet individu est-il perçu par la majorité de la population ?

r. Profession ³³

Sont répertorié.e.s les intervenant.e.s dont on connaît explicitement l'activité professionnelle parce qu'elle est mentionnée ou identifiable grâce au contexte.

- 01 – Dirigeant.e.s et cadres supérieur.e.s
 - 011 – Dirigeant.e.s et cadres supérieur.e.s de l'administration publique
 - 012 – Dirigeant.e.s et cadres supérieur.e.s d'entreprise
 - 013 – Membres de l'exécutif et des corps législatifs
- 02 – Professions intellectuelles et scientifiques
 - 021 – Professionnel.le.s des médias (dont journalistes)
 - 022 – Professions artistiques
 - 023 – Autres professions intellectuelles et scientifiques (par ex. avocat, médecin, etc.)
- 03 – Professions intermédiaires
 - 031 – Sportif.ve.s professionnel.le.s
 - 032 – Autres professions intermédiaires
- 04 – Employé.e.s de type administratif
- 05 – Personnel des services et vendeur.euse.s de magasin et de marché
- 06 – Agriculteur.trice.s et ouvrier.ère.s qualifié.e.s de l'agriculture et de la pêche
- 07 – Artisan.e.s et ouvrier.ère.s des métiers de type artisanal

³⁰ Les catégories sont calquées sur celles de l'INS.

³¹ LEYENS, Jacques-Philippe, YZERBYT, Vincent, *Psychologie sociale*, op. cit., p. 39.

³² La dénomination «Rrom» (ou «Rromani»), qui signifie «homme» en langue romanès, est un terme générique et endogène qui désigne l'ensemble de la population ayant migré du nord de l'Inde dès le Vème siècle (comprenant communautés manouche, sinti, gitane, rom d'Europe de l'Est, etc.). Ce terme a été adopté lors du Premier Congrès International des Rroms à Londres en avril 1971, par l'Union Romani Internationale, et peut éventuellement être remplacé par le terme «tsigane» (ou «tzigane»). Voir GHEORGHE, N., HANCOCK, I., CORTIADE, M., « «Rroms» ou «Tsiganes» ? Quelques commentaires sur l'ethnonyme du peuple romani », *Etudes Tsiganes*, vol. 50, no.2, 2012, pp.140-147.

³³ Les catégories professionnelles reposent sur la classification INS basée sur la version européenne de la Classification internationale Type des Professions (CITP-88(COM)).

- 08 – Conducteur.trice.s d’installations et de machines et ouvrier.ère.s de l’assemblage
- 09 – Ouvrier.ère.s et employé.e.s non qualifié.e.s
- 10 – Forces armées
- 11 – Elèves et étudiant.e.s
- 12 – Retraité.e.s
- 13 – Inactif.ve.s
 - 131 – Chômeur.euse.s
 - 132 – Hommes/femmes au foyer
 - 133 – Personne sans-abri
- 14 – Autre
- 15 – Plusieurs professions
- 00 – Non identifiable, ne sait pas
- 888 – Non pertinent

Non pertinent : cette classification ne doit pas être renseignée pour :

- les dessins animés,
- les programmes de science-fiction,
- les vidéomusiques (clips vidéo),
- tous les personnages animés, même avec des traits humains réels quel que soit le programme (à condition de mentionner en commentaires la raison pour laquelle la classification socio-professionnelle n’est pas renseignée).

Si la catégorie socio-professionnelle de la personne change au cours du programme (par exemple : si le programme retrace la vie d’une personne que l’on voit étudiant.e au début, médecin et pour finir retraité.e) il faudra coder l’activité qui occupe la plus grande partie du programme. Ne pas hésiter à se poser la question : « Si les téléspectateur.trice.s étaient amené.e.s à se souvenir du programme, qu’en retiendraient-ils.elles ? ».

Lorsque certaines informations ou une mise en situation dans un contexte professionnel laissent supposer que la personne est active mais que l’on hésite sur la classification socio-professionnelle, on codifie alors la catégorie correspondante la plus basse.

s. Handicap visible

Présence d’un handicap visible : oui-non (1/0)

Par handicap, il faut entendre une déficience physique ou mentale qui handicape dans la vie quotidienne. Une maladie invalidante peut être considérée comme handicap.

Cette mention permet de recenser les personnes perçues comme handicapées à partir d’indices visibles à l’écran (fauteuil roulant, malformation visible, lunettes de personne aveugle, etc.) ou donnés par le contexte de l’émission. Si la personne devient « handicapée » durant le programme, il faudra la coder comme étant en situation de handicap même si elle est apparue valide au cours du programme. Une personne obèse n’est pas considérée comme étant en situation de handicap tant que le contexte du programme ne l’indique pas ou que le personnage concerné ne dit pas qu’il rencontre des problèmes à cause de son poids. Une personne qu’on ne voit pas à l’écran (voix off) est encodée comme « non pertinent » à la question du handicap.

t. Signes convictionnels visibles

- 01 – Signe chrétien
- 02 – Signe musulman
- 03 – Signe juif
- 04 – Autres (bouddhiste, hindouiste...)
- 05 – Aucun signe convictionnel visible
- 888 – Non pertinent

u. Rôle médiatique

- 01 – Journaliste/animateur.trice
 - 011 – journaliste/animateur.trice principal.e
 - 012 – journaliste/animateur.trice second.e
- 02 – Candidat.e à un jeu
- 03 – Porte-parole : représentant.e d’une personne/groupe/institution
- 04 – Expert.e : émet un avis sur la base d’une connaissance spécialisée
- 05 – Vox populi
 - 051 – Quidam : émet un avis jugé comme étant le reflet du « citoyen ordinaire » ;
 - 052 – Témoin : s’exprime à titre personnel sur un sujet, émet un avis sur base de l’observation directe. L’avis porte sur autre chose que lui-même, il ne s’implique pas dans le sujet même si ce dernier peut le concerner ;
 - 053 – Expérience personnelle : centré sur l’intervenant.e, son expérience, ses réalisations personnelles ;
- 06 – Figurant.e
 - 061 – Figurant.e individualisé.e : membre du public d’une émission, participant.e à un jeu (rôle secondaire), personne qui se met en scène (chanteur, musicien, comédien...)
 - 062 – Figurant.e sportif.ve (figurant.e individualisé.e)
 - 063 – Figurant.e.s non individualisé.e.s : foule, arrières-plans, ...

Rappel : lorsqu’il y a de 1 à 3 personnes au sein d’un même plan, les intervenant.e.s sont indexé.e.s individuellement. Au-delà de 3 personnes au sein d’un même plan, les intervenant.e.s sont considéré.e.s comme un tout et classé.e.s en tant que « figurant.e.s non individualisé.e.s ».
- 07 – Personnage de fiction
 - 071 – Personnage principal
 - 072 – Personnage secondaire (récurrent ou sporadique)
 - 073 – Figurant.e (de fiction) individualisé.e (par ex. des passants dans une rue, des malades qui circulent dans le couloir d’un hôpital, du personnel hospitalier passe avec un chariot dans un couloir, etc.)
 - 074 – Figurant.e (de fiction) non individualisé.e (se détachent par le son ou l’image : par ex. on se focalise sur un blessé ; une dame interpelle un ambulancier sur une scène de catastrophe).

³⁴ Nous reprenons la distinction entre l’identité médiatique et l’identité sociale définie par G. Lochard. LOCHARD, Guy, « Identités sociales, médiatiques et discursives à la télévision : De la mobilité à l’instabilité », *Questions de Communication*, n°2, 2002. Nous nous inspirons par ailleurs des catégories de G. Lochard.

Notons que le rôle médiatique de l'intervenant.e est un rôle avant tout communicationnel, déterminé par le dispositif de l'émission qui joue là « comme un lieu d'imposition de rôles et de statuts ». Il se différencie du rôle social qui vise le rapport de l'intervenant.e à la société, rapport qui fonde sa présence à l'écran (cf. ci-dessous) ³⁴.

v. Rôle social (pour l'information et les magazines uniquement)

Le rôle social « fait référence à l'ensemble des attributions identitaires qui sont potentiellement mobilisables, pour un même sujet, par une instance de production afin de fonder initialement sa présence dans une émission » ³⁵. Nous visons donc le rapport de l'intervenant.e à la société, rapport qui fonde sa présence à l'écran.

- 01 – Professionnel
- 02 – Socio-institutionnel
- 03 – Ethnico-culturel
- 04 – Citoyen
- 05 – Migrant
- 06 – Résidentiel
- 07 – Sexuel (comportemental, lié à la sexualité de l'individu)
- 08 – Genré (lié au masculin et au féminin par ex.)
- 09 – Religieux
- 10 – Militant, partisan
- 11 – Familial, conjugal
- 12 – Générationnel
- 13 – Physico-corporel
- 14 – Socio-style (par ex. adepte du piercing, des tatouages)
- 15 – Consommateur, usager
- 16 – Professionnel des médias
- 17 – Représentation/simulacre du/de la téléspectateur.trice (ex. le public d'un plateau TV comme simulacre des téléspectateur.trice.s)
- 18 – Plusieurs
- 19 – Autre
- 00 – Ne sait pas
- 888 – Non pertinent

Non pertinent : cette classification ne doit pas être renseignée pour les programmes autres que l'information et les magazines.

w. Portée du sujet (pour l'information uniquement)

Les intervenant.e.s repris.e.s en information sont classé.e.s selon la portée du sujet dans lequel ils.elles apparaissent.

- 01 – Local (ville ou région géographique)
- 02 – National (belge)
- 03 – International
- 04 – Transversal
- 888 – Non pertinent

Non pertinent : cette classification ne doit pas être renseignée pour les programmes autres que l'information.

x. Thématique (pour l'information et les magazines uniquement) ³⁶

Les intervenant.e.s reprise.e.s en information sont classé.e.s selon la thématique du sujet dans lequel ils.elles apparaissent.

- 01 – Politique

- 02 – Économie, finance
- 03 – Sport
- 04 – Fait divers
- 05 – Grand banditisme, terrorisme
- 06 – Justice
- 07 – Société
- 08 – Sciences et technologies
- 09 – Santé, bien être
- 10 – Médias
- 11 – Culture, arts, divertissement, loisirs, lifestyle
- 12 – Enseignement, éducation
- 13 – Environnement, énergie, mobilité
- 14 – Histoire, hommage
- 15 – Transversal
- 888 – Non pertinent

Non pertinent : cette classification ne doit pas être renseignée pour les programmes autres que l'information et les magazines.

y. Sujet en lien avec les marqueurs sociaux

Le sujet (contenu de l'information) dans le cadre duquel l'intervenant.e apparaît définit le type de marqueur en jeu. Par exemple, un.e intervenant.e interrogé.e dans le cadre d'un sujet consacré à l'âge de la retraite sera repris en marqueur « âge » ; il faut que l'intervenant.e apparaisse dans le cadre de sujets liés à son travail (conditions de travail, par ex.) pour que le marqueur professionnel soit opérationnel, etc.

Les sujets peuvent renvoyer à différents types de marqueurs :

- 01 – Marqueur genre,
- 02 – Marqueur âge,
- 03 – Marqueur origine,
- 04 – Marqueur catégorie professionnelle,
- 05 – Marqueur handicap/maladie
- 00 – Aucun marqueur

z. Perception de l'intervenant.e

Pour chaque intervenant.e, il faut encoder s'il.elle fait l'objet d'une perception spécifiquement valorisante ou dévalorisante. Cette perception repose sur le ton du sujet, le lexique employé, la présence de jugements positifs ou négatifs sur l'intervenant.e.

Cinq modalités sont possibles :

- 01 – Victime au sens large : quelqu'un qui subit un méfait. Par ex. : violence, crime, accident ou plus largement qui inspire la pitié
- 02 – « Survivant.e » : quelqu'un dont l'histoire se focalise sur la capacité de dépasser la condition de victime
- 03 – Auteur.e d'actes répréhensibles (ou considéré.e comme tel.le) : délinquant.e, (présumé.e) coupable...
- 04 – Valeur d'exemple de l'intervenant.e
- 00 – Aucune valorisation, victimisation ou récrimination

³⁵ *Idem*, p. 149.

³⁶ Ces catégories sont inspirées du Baromètre « Image et représentations des jeunes et des enfants » du CSA, 2013 et du Baromètre Diversité de l'AJP, 2015.

aa. Stéréotype

L'encodeur.euse pointe la séquence comme lieu d'expression d'un stéréotype* (ressenti comme tel)

Présence d'un stéréotype : oui - non (1 / 0)

Si oui : préciser

ab. Contre-stéréotype

L'encodeur.euse pointe la séquence comme lieu d'expression d'un contre-stéréotype*

Présence d'un contre-stéréotype : oui - non (1 / 0)

Si oui : préciser

ac. Anti-stéréotype

L'encodeur.euse pointe la séquence comme lieu d'expression d'un anti-stéréotype*

Présence d'un anti-stéréotype : oui - non (1 / 0)

Si oui : préciser

*Cette typologie est reprise à Éric Macé ³⁷.

Définitions :

STEREOTYPE : Par stéréotype, nous entendons : « les images mentales condensées, schématisées et simplifiées du monde qui médiatisent notre rapport au 'réel'. Appliqué aux hommes et aux femmes, le concept 'stéréotype' renvoie plus précisément aux conceptions simplistes et dualistes qu'on se fait de chacun des genres, autant sur le plan physique que mental, comportemental et interactionnel » ³⁸. Les stéréotypes doivent toutefois s'ajuster au contexte socio-historique pour préserver leur illusion de naturalité ³⁹.

³⁷ MACÉ, Eric, « Des « minorités visibles » aux néostéréotypes. Les enjeux des régimes de monstration télévisuelle des différences ethnoraciales », *Journal des anthropologues*, Hors-série, 2007.

³⁸ Lippmann W. (1922) cité par TRÉPANIÉ-JOBIN, Gabrielle, « (Dé)assignation de genre dans les médias. Une analyse du feuilleton télévisé et de l'émission parodique "Le cœur a ses raisons" », in DAMIAN-GAILLARD, Béatrice, et al., *L'assignation de genre dans les médias. Attentes, perturbations, reconfigurations*, Rennes, Presses Universitaires de Rennes, 2014, p. 140.

³⁹ TRÉPANIÉ-JOBIN, Gabrielle, *Idem*, p. 142.

CONTRE-STEREOTYPE : Éric Macé définit le contre-stéréotype comme suit : « le contre-stéréotype prend le contrepied du stéréotype en proposant une monstration inversée⁴⁰ ». Comme le précise l'auteur, le contre-stéréotype a une vertu : il élargit le répertoire des régimes de monstration. Cependant, le contre-stéréotype possède aussi une limite : dans la mesure où la monstration est commandée par le point de vue hégémonique, le contre-stéréotype fait comme si les stéréotypes n'existaient pas, comme si les discriminations n'existaient plus. À cet égard, Éric Macé considère que « ces nouveaux contre-stéréotypes peuvent être considérés comme des néo-stéréotypes⁴¹ ». Loin de contredire le schéma dominant, les contre-stéréotypes viennent le renforcer⁴². Par exemple, un personnage masculin fait le ménage, la les-sive (contre-stéréotype) mais il échoue dans cette entreprise de reproduire une « action féminine » : le contre-stéréotype insiste sur la différence des sexes et justifie la répartition des tâches⁴³.

ANTI-STEREOTYPE : Éric Macé caractérise l'anti-stéréotype comme suit : « l'anti-stéréotype est défini par le fait qu'il constitue les stéréotypes comme la matière même de sa réflexivité, conduisant ainsi, en les rendant visibles, à déstabiliser les attendus essentialistes, culturalistes et hégémoniques »⁴⁴. Il s'agit donc bien d'un registre contre-hégémonique qui conteste les stéréotypes et problématise les représentations dominantes⁴⁵. Par ex. contredire l'affirmation du couple comme élément fondamental du Bonheur⁴⁶.

ad. Remarque

Lorsque vous hésitez lors de l'indexation, il convient d'indiquer les raisons de vos choix en commentaires.

Conseil Supérieur de l'Audiovisuel
Baromètre Diversité – Égalité 2017

⁴⁰ MACÉ, Éric., « Des « minorités visibles » aux néostéréotypes. Les enjeux des régimes de monstration télévisuelle des différences ethnoraciales », *op. cit.*, p. 6.

⁴¹ *Idem*, p. 7.

⁴² BISCARRAT, Laetitia., « Les représentations télévisuelles du couple homme-femme : une approche par le genre », Thèse de doctorat en sciences de l'information et de la communication, Université Michel de Montaigne Bordeaux 3, juin 2012, p. 233.

⁴³ *Idem*, p. 232.

⁴⁴ MACÉ, Éric., « Des « minorités visibles » aux néostéréotypes. Les enjeux des régimes de monstration télévisuelle des différences ethnoraciales », *op. cit.*, p. 18.

⁴⁵ BISCARRAT, Laetitia., « Les représentations télévisuelles du couple homme-femme : une approche par le genre », *op. cit.*, p. 202.

⁴⁶ *Idem*, p. 266.

De 2011 à 2013, trois Baromètres de la diversité et de l'égalité dans les médias audiovisuels de la Fédération Wallonie-Bruxelles ont été publiés dans le cadre du Plan pour la Diversité et l'Égalité dans les médias audiovisuels de la Fédération Wallonie-Bruxelles. Depuis 2016, l'article 136 du Décret coordonné sur les services des médias audiovisuels confie au Collège d'autorisation et de contrôle du CSA, la mission de participer à la réalisation d'une analyse périodique relative à la représentation équilibrée des femmes et des hommes, d'encourager la diffusion des bonnes pratiques en matière de lutte contre les stéréotypes sexistes et d'émettre, s'il échet, des recommandations spécifiques. La relance du Baromètre s'inscrit dans le cadre de ces nouvelles missions confiées au CSA par le législateur. Toutefois, convaincu de l'utilité sociale de ce Baromètre qui participe à mettre la question de la diversité et de l'égalité à l'agenda des politiques publiques, de la régulation audiovisuelle et des médias, le CSA a poursuivi la mission d'objectiver l'état de la diversité et de l'égalité à l'écran à la lumière des critères de genre, d'âge, d'origine, de handicap et de catégorie socio-professionnelle ⁴⁷.

Ce Baromètre 2017 a bénéficié d'un financement du Ministre de l'Enseignement supérieur, la Recherche et des Médias de la Fédération Wallonie-Bruxelles, pour la partie programmes (volume 1), et de la Ministre de l'Enseignement de promotion sociale, de la Jeunesse, des Droits des femmes et de l'Égalité des chances pour la partie communications commerciales (volume 2).

Ont collaboré à la réalisation de ce Baromètre :

Joëlle Desterbecq, Directrice des Études et Recherches du CSA ; Yasmina Ghanim, Emilie Herbert, Thomas Piérard et Gwendoline Rovai, Chargé.e.s de recherches au CSA.

Direction scientifique :

Joëlle Desterbecq, Directrice des Études et Recherches du CSA

Editeur responsable :

Karim Ibourki, Président du CSA

Contact :

Conseil Supérieur de l'Audiovisuel
Rue Royale, 89
1000 Bruxelles

Conception graphique :

SPOO Design - Olivier Spoden

Impression :

AZ Print

⁴⁷ Le CSA remercie les expert.e.s qui ont été consulté.e.s sur la grille d'analyse : Association des journalistes professionnels : Martine Simonis et Halima El Haddadi ; Conseil de la publicité : Sandrine Sepul ; Institut pour l'égalité des Femmes et des Hommes : Elodie Debrumetz ; Ministère de la Fédération Wallonie-Bruxelles – Direction de l'Égalité des chances : Alexandra Adriaenssens ; Ministère de la Fédération Wallonie-Bruxelles – Service Général de l'Audiovisuel et des Médias : Jeanne Brunfaut, Thomas Bontemps ; UNIA : Fatima Hanine ; Université catholique de Louvain (GIRCAM – IL&C) : Sarah Sepulchre.

RE

CSA - Avril 2018
Baromètre 2017 - **Volume 1**
Programmes

**BARO
MÈTRE**

DIVERSITÉ & ÉGALITÉ



Rue Royale, 89 - 1000 Bruxelles
T +32 2 349 58 80 / info@csa.be

www.csa.be



Avec le soutien de
la Fédération
Wallonie-Bruxelles