







## Baromètre de la diversité

Concernant l'équilibre Homme/Femme

Résultats de la vague 2016



## **Sommaire**

. Eléments de contexte 3
I.1. Mise en place du Baromètre de la diversité3
I.2. Périodicité et périmètre de l'étude4
I.3. Méthode d'indexation4
I.4. Dispositif et organisation5
I. Principaux résultats 6
II.1. La représentation des hommes et des femmes selon le genre du programme
II.2. La représentation des hommes et des femmes selon l'importance du personnage dans le programme
II.3. La représentation des hommes et des femmes dans les fictions
II.4. La représentation des hommes et des femmes dans les programmes d'information 9
II.5. La représentation des hommes et des femmes selon l'importance des personnages pour chaque genre de programme

Remarque liminaire: le présent rapport se concentre exclusivement sur l'équilibre homme/femme. Les autres critères d'indexation et les résultats correspondants sont exposés dans un rapport à part.

### I. Eléments de contexte

### I.1. Mise en place du Baromètre de la diversité

La loi du 31 mars 2006 dite de « l'égalité des chances » a complété les missions du CSA afin que celui-ci « contribue aux actions en faveur de la cohésion sociale et à la lutte contre les discriminations dans le domaine de la communication audiovisuelle. Il veille, notamment auprès des éditeurs de services de radio et de télévision, compte tenu de la nature de leurs programmes, à ce que la programmation reflète la diversité de la société française ». A cette fin, un **Observatoire de la diversité a été créé en 2007**, lui apportant un soutien en orientant ses recherches et en formulant des propositions.

À côté de sa politique active d'incitations (conventions de partenariat, chartes d'engagements, incitations à diffuser des messages télévisés, etc.), le Conseil a mis en œuvre, dès 2009, un « baromètre de la diversité » qu'il reconduit chaque année. Cet instrument unique constitue un outil de mesure permettant une évaluation objective de la perception de la diversité de la société française à la télévision.

La représentation de la diversité dans les médias audiovisuels, et particulièrement à la télévision, est un sujet d'importance majeure pour renforcer la cohésion sociale de notre pays, plus particulièrement dans un contexte de revendication des spécificités sociales, linguistiques et culturelles qui le composent.

Enfin, la loi sur l'égalité réelle entre les femmes et les hommes, adoptée le 4 août 2014, est venue renforcer les missions du Conseil s'agissant de la représentation des femmes dans les médias audiovisuels. Le Conseil veille désormais « d'une part, à une juste représentation des femmes et des hommes dans les programmes des services de communication audiovisuelle et, d'autre part, à l'image des femmes qui apparait dans ces programmes ».

Le baromètre de la diversité est devenu indispensable :

- l'expérience acquise au cours des vagues antérieures a permis d'aménager et de renforcer la méthodologie et la mise en œuvre de ce baromètre, le rendant aujourd'hui plus complet et performant;
- il permet ainsi de suivre objectivement l'évolution de la représentation de la diversité à l'antenne, et de dégager des leviers d'amélioration possible.

## I.2. Périodicité et périmètre de l'étude

La périodicité de l'étude est annuelle depuis 2012. Le baromètre de la diversité 2016 a été réalisé à partir du visionnage de **2 semaines de programmes** (du 9 au 15 mai et du 5 au 11 septembre 2016) sur **17 chaînes de la TNT**<sup>1</sup> gratuite ainsi que de **Canal +**. Le visionnage a été effectué sur les tranches horaires de 17h à 23h (toute émission dont au moins 50 % de la durée prend place après 23h ou avant 17h est indexée dans sa totalité), pour les programmes suivants :

- fictions (cinéma, téléfilms, séries, animation...);
- information (journaux, magazines, émissions de service...);
- magazines / documentaires ;
- divertissement (jeux, musique, vidéomusiques...);
- sport.

Ont également été inclus dans le visionnage les programmes d'information de mi-journée des chaînes suivantes : TF1, France 2, France 3, M6, Canal+, NT1, TMC et France Ô.

Les publicités et les bandes annonces sont exclues du périmètre du Baromètre.

#### I.3. Méthode d'indexation

La méthode repose sur l'observation des programmes et l'indexation des personnes qui s'expriment à l'antenne. Pour chaque programme, il s'agit de recenser et de qualifier chaque personne à partir de différents critères prédéfinis :

- une personne n'est indexée qu'une seule fois par émission, dès lors qu'elle prend la parole ou apparaît au moins une fois au sein d'une émission ;
- sont exclus du recensement les membres des publics et des foules, les personnes simplement évoquées et les personnes / personnages qui n'ont pas de traits humains réalistes (cas de certaines œuvres d'animation).

Les cinq critères utilisés actuellement pour l'indexation des personnes sont :

- l'origine perçue (une personne est perçue comme « blanche », « noire », « arabe », « asiatique » ou « autre ») est réalisée en tenant compte des catégories de sens commun supposées à partir desquelles les individus sont aujourd'hui "perçus comme". L'indexation de ce critère tient également compte des indications pouvant être recueillies dans les commentaires des programmes ou par auto-désignation;
- le sexe (masculin/féminin);
- la catégorie socioprofessionnelle (« CSP + », « CSP- », « inactifs » et « activités marginales ou illégales »);
- le handicap (oui/non);

<sup>&</sup>lt;sup>1</sup> TF1, France 2, France 3, France 4, France 5, France Ô, M6, W9, BFM TV, C8, CSTAR, Gulli, iTélé, NRJ 12, NT1, TMC, Numéro 23.

• **l'âge** (« - de 20 ans », « 20 - 34 ans », « 35 – 49 ans », « 50 – 64 ans » et « 65 ans et + »).

D'autres informations sont également recueillies afin de renforcer l'aspect qualitatif de ce baromètre :

- le statut de l'individu (héros, personnage principal, personnage secondaire) ;
- l'attitude de l'individu (positive, neutre, négative)<sup>2</sup>, qui n'est indexée que depuis 2013.

Un coefficient est attribué à chaque personne ou personnage indexé selon son statut et la durée du programme :

Statut / Durée du programme	Coefficients utilisés à partir de 2015		Coefficients utilisés avant 2015	
	Programme court	Programme ≥ 5mn	Programme court	Programme ≥ 5mn
Héros	5	6	5	6
Personnage principal	3	4	3	4
Personnage secondaire	2	2	1	1
Figurant	1	1	-	

Une comparaison avec les données nationales disponibles sur la population française (par exemple les données INSEE de sexe, d'âge, de CSP, etc.) est effectuée dès que cela apparaît pertinent dans l'analyse des résultats.

Une comparaison est effectuée avec les résultats des vagues précédentes pour mesurer les évolutions. L'essentiel des résultats de 2016 sont comparés à ceux de 2014, le périmètre des programmes indexés en 2015 n'étant pas le même que celui de 2016 (seuls les fictions, les magazines et les journaux TV avaient été indexés).

Depuis 2015, un coefficient en fonction des parts d'audience recueillies par chaque chaîne au cours de la période étudiée leur est affecté, ce qui permet de remettre chaque chaîne à son poids de diffusion et de visibilité sur la période étudiée. Les résultats se trouvent en annexe du présent rapport.

### I.4. Dispositif et organisation

Les indexations ont été réalisées avec l'assistance technique et méthodologique des équipes du CSA et de CDA. **Une vingtaine de personnes** a été impliquée : un chef de projet, un responsable opérationnel et son assistant ainsi que 14 à 17 « indexateurs » (selon les jours)

<sup>&</sup>lt;sup>2</sup> Dans les journaux d'information ou les magazines, les rôles seront positifs lorsque l'action du personnage a des retombées positives physiques ou morales sur une autre personne (aide, soutien, défense, protection etc.) ou plus généralement sur la société. Les rôles seront négatifs lorsque l'action du personnage est « hors-la-loi » ou a des retombées négatives physiques ou morales sur une autre personne (blessure, peur, contrainte, pression, intimidation, mauvaises mœurs) ou plus généralement sur la société ou lorsque la situation ou le contexte dans lequel se trouve le personnage est négatif. Dans les fictions, l'indexation du rôle se rattache au bien ou au mal. Ainsi, les rôles positifs seront un personnage qui fait le bien, un personnage exemplaire ou encore le héros. Les rôles négatifs seront un personnage qui fait le mal, un personnage qui a une mauvaise conduite ou un « méchant ».

représentant eux-mêmes la diversité tant par leur profil que leurs origines. Chaque « indexateur » a bénéficié d'une formation théorique et pratique d'une journée complète avant de démarrer.

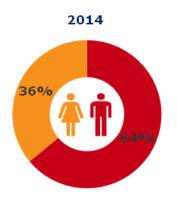
Le visionnage a eu lieu à l'Inathèque de France, située à la Bibliothèque François-Mitterrand, dans une salle sécurisée, partagée avec des chercheurs, comprenant au total une vingtaine de postes équipés chacun d'un PC fixe avec console de visionnage et d'un portable pourvu d'une application dédiée à l'indexation. Celle-ci permet une saisie efficace, normée et protégée reposant sur un accès à internet et à un serveur sécurisé de sauvegarde et de centralisation des données. L'opération correspond à un total de près de 400 journées ouvertes (soit près de 3 000 heures) de visionnage, d'indexation et de contrôle.

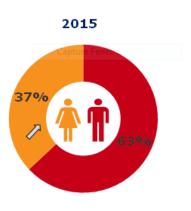
## II. Principaux résultats<sup>3</sup>

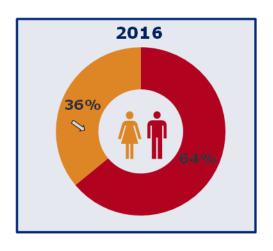
## II.1. Synthèse

Les résultats de la vague 2016 du baromètre de la diversité concernant l'équilibre homme/femme ne montrent pas d'évolution par rapport aux années précédentes.

Seulement 36% des personnes prenant la parole à l'écran sont des femmes (36% en 2014 également) alors qu'elles représentent 52% de la population française.









52% 🛉 🛉 48%

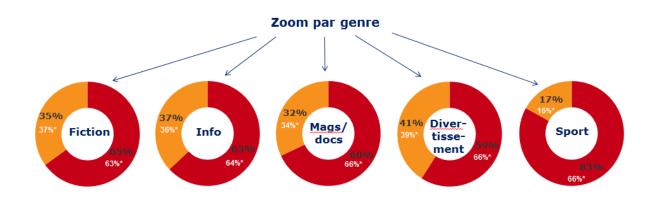
<sup>&</sup>lt;sup>3</sup> Les statistiques en blanc accompagnées d'une étoile (\*) correspondent aux résultats de la vague de 2014

## II.2. La représentation des hommes et des femmes selon le genre du programme

Seulement 32% des personnes prenant la parole dans les magazines et documentaires sont des femmes contre 34% en 2014.

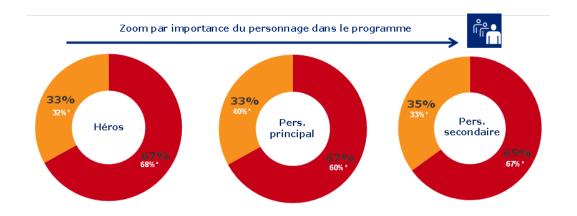
Concernant le genre « fiction », les résultats sont également en diminution par rapport à 2014 (35% en 2016 contre 37% en 2014) et plus encore dans la fiction française récente de moins de 3 ans (37% en 2016 contre 41% en 2014) ;

Seules augmentations dans la vague 2016, le taux de présence des femmes dans les divertissements (41% en 2014 contre 39% en 2014), dans l'information (37% en 2016 contre 36% en 2014) et dans le sport (17% en 2016 contre 16% en 2014).



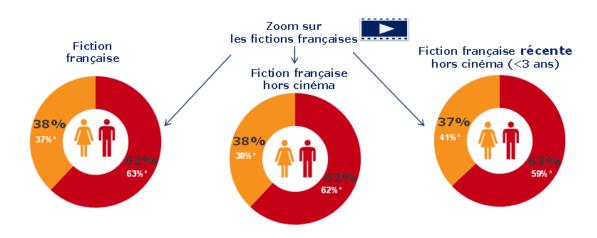
## II.3. La représentation des hommes et des femmes selon l'importance du personnage dans le programme

Les femmes sont davantage mises en avant dans des rôles « secondaires » (35%-en augmentation de 2 points par rapport à 2014) que dans des rôles d'héroïnes (33%-en augmentation d'un point par rapport à 2014) ou des rôles « principaux » (33%-en diminution de 7 points par rapport à 2014).



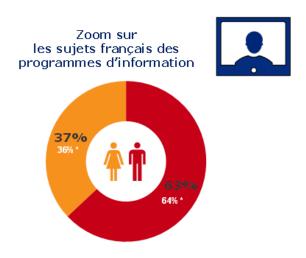
## II.4. La représentation des hommes et des femmes dans les fictions

Alors qu'aucune amélioration ou diminution du taux de présence des femmes n'a été observée par rapport à 2014 dans les fictions françaises hors cinéma et qu'une diminution importante du taux de présence des femmes a été constatée dans les fictions françaises récentes, hors cinéma (moins de 3 ans), il est à noter une légère augmentation (1 point) du taux de présence des femmes dans les fictions françaises.



# II.5. La représentation des hommes et des femmes dans les programmes d'information

S'agissant des programmes d'information, si l'on se concentre sur les sujets français, le taux de présence de femmes augmente d'un point par rapport à 2014.



# II.6. La représentation des hommes et des femmes selon l'importance des personnages pour chaque genre de programme

Si le taux de femmes héroïnes est en hausse dans les fictions (28% en 2016 contre 25% en 2014), il est en baisse dans les magazines et documentaires (27% en 2016 contre 33% en 2014) ainsi que dans l'information (46% en 2016 contre 51% en 2014).

