

REPRÉSENTATION DES FEMMES À LA TÉLÉVISION ET À LA RADIO

Rapport sur l'exercice 2021



01

LA REPRÉSENTATION QUANTITATIVE & QUALITATIVE DES FEMMES A LA TÉLÉVISION ET À LA RADIO

Données quantitatives : elles portent sur **la proportion de femmes et d'hommes qui interviennent, en plateau, dans les programmes d'information** (journaux et magazines d'information), **les magazines, les divertissements, les retransmissions sportives et les documentaires**, dans les catégories suivantes :

- Présentateur (trice)
- Journaliste/chroniqueur (euse)
- Expert (e)
- Invité (e) politique
- Autre intervenant (e)

En 2021, l'Arcom a demandé aux chaînes de télévision et de radio **d'indiquer les thèmes d'intervention des experts (es) en plateau**. Les **15** thématiques suivantes ont été retenues : « **Culture/Loisirs** », « **Économie** », « **Éducation** », « **Environnement** », « **Fait divers** », « **Histoire/Hommage** », « **International** », « **Justice** », « **Politique française** », « **Santé** », « **Science** », « **Société** », « **Sport** », « **Technologie** » & « **Autre** ».

Evolution méthodologique : pour la première fois, l'analyse de la représentation des femmes sur les chaînes d'information en continu a été complétée par les données de l'INA sur le **temps d'exposition visuelle**, qui s'ajoutent aux données relatives au **temps de parole** des femmes et des hommes obtenues depuis trois ans.

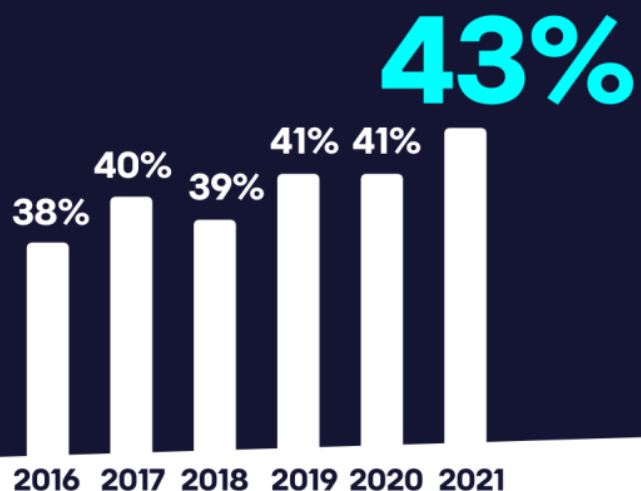
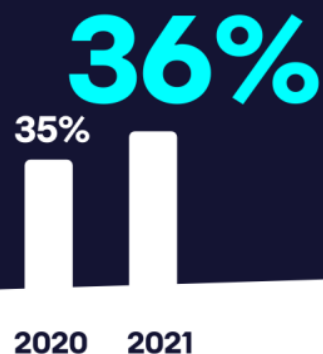
Données qualitatives : **les chaînes de télévision et de radio sont tenues de diffuser** et de déclarer à l'Arcom, chaque année **2** catégories de programmes :

- Des programmes et/ou sujets contribuant à la lutte contre les préjugés sexistes et les violences faites aux femmes : sont acceptés à ce titre tous les programmes qui traitent de ces sujets, quels que soient leur forme et leur genre ;
- Des programmes pouvant se prévaloir d'un caractère non stéréotypé : les programmes « jeunesse », de fiction - audiovisuelle et cinématographique - & de télé réalité.

REPRÉSENTATION DES FEMMES À L'ANTENNE

Part de femmes à l'antenne

selon l'Arcom :

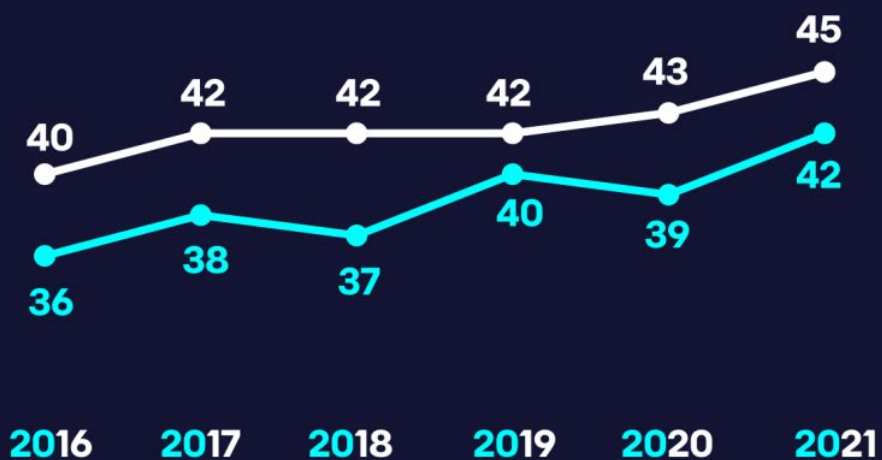
**Temps de parole des femmes**
selon l'INA :

arcom.fr

En 2021, la part des femmes présentes à l'antenne - TV et radio confondues - atteint pour la première fois un taux de **43 % (+2 points)**.

REPRÉSENTATION DES FEMMES

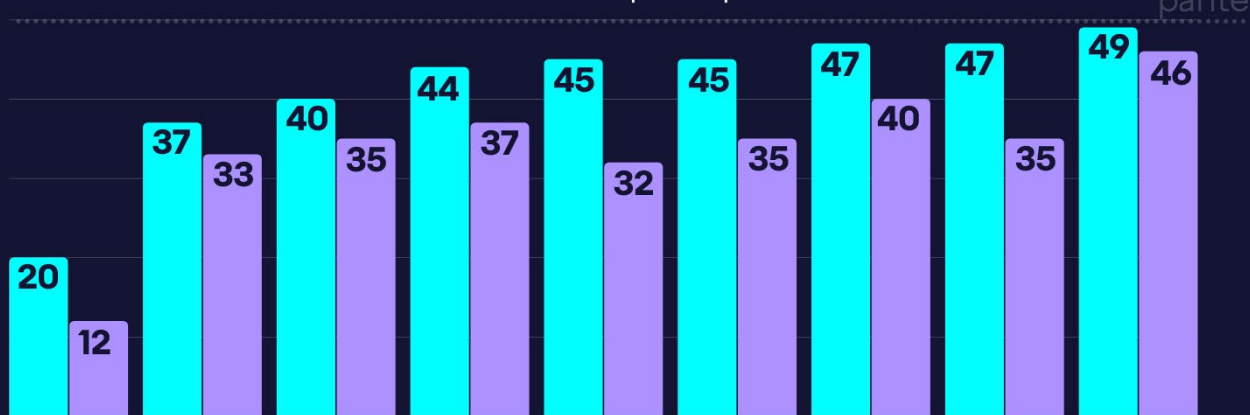
▪ à la télévision ▪ à la radio



Si l'on retrouve toujours plus de femmes à la télévision (**45 %** soit +2 points) qu'à la radio, celle-ci tend à combler son retard (**42 %** soit +3 points).

REPRÉSENTATION DES FEMMES PAR GENRE DE PROGRAMME

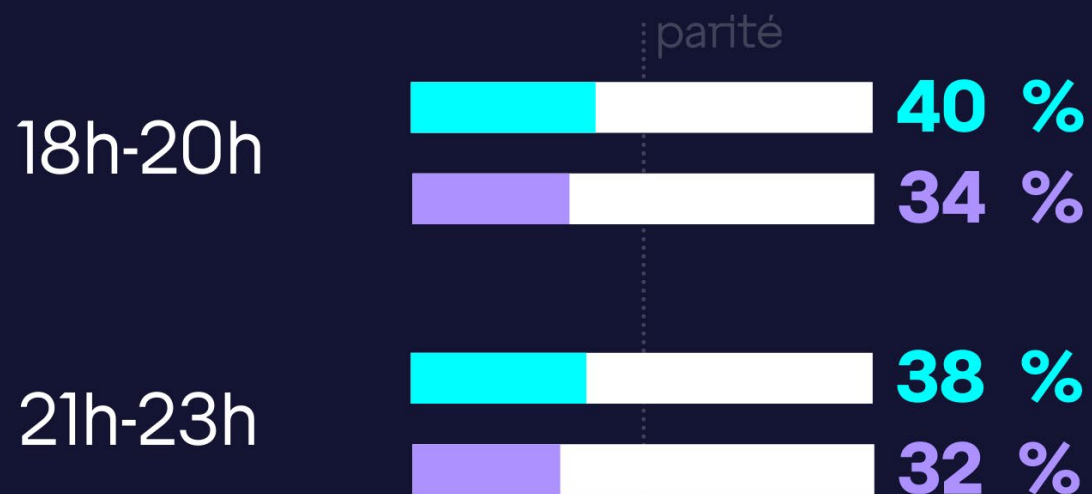
■ Présence ■ Temps de parole



parité

Les femmes sont **sous-représentées** dans les programmes relevant du genre « **Sport** » (**20 %**) tandis qu'elles sont **représentées à hauteur de 49 %** pour le genre « **Information - Autres émissions** » et **47 %** pour les genres « **Divertissement-jeux** » et « **Magazines** ».

arcom.fr

REPRÉSENTATION DES FEMMES A LA TÉLÉVISION
EN SOIRÉE

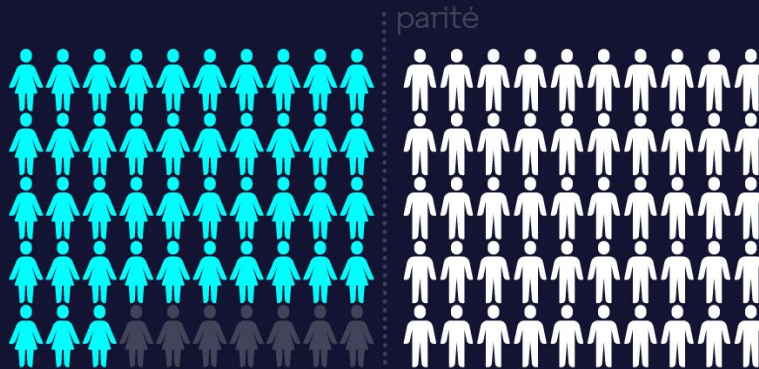
Les femmes sont moins présentes à la télévision aux heures de fortes audiences.

De 18h à 20h : 40 % contre **45 %** au global, pour un temps de parole de **34 %** (contre **36 %** au global).

De 21h à 23h : 38 % contre **45 %** au global, pour un temps de parole de **32 %** (contre **36 %** au global).

LES FEMMES DANS LES MATINALES RADIO

43 %
de femmes



4x
moins d'invitées
politiques



Les femmes sont très présentes dans les matinales radios (43 %).

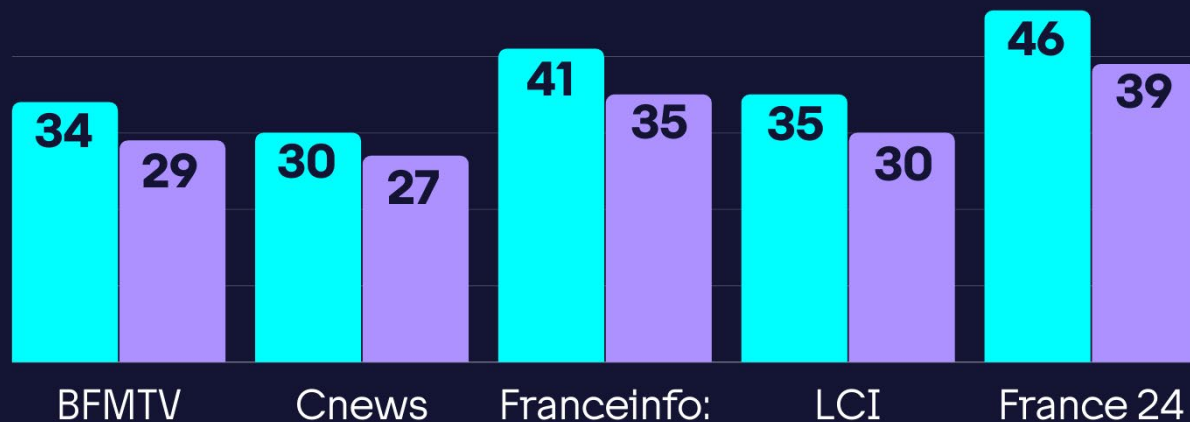
On les retrouve majoritairement dans des rôles de **journalistes (73 %)** mais très peu en tant qu'**invitées politiques (1 %)**.

Concernant les rôles occupés par les hommes sur cette tranche horaire, on relève **les mêmes tendances** : ils sont majoritairement **journalistes (60 %)** et très peu **invités politiques (4 %)**.

arcom.fr

TAUX D'EXPOSITION VISUELLE DES FEMMES SUR LES CHÂÎNES D'INFORMATION EN CONTINU

■ Temps de parole ■ Temps d'exposition visuelle* parité



*Le logiciel « inaFaceAnalyzer » (version 0.5.7), qui détecte le sexe et l'âge des visages apparaissant à l'écran, a été utilisé par l'INA pour compléter les indicateurs utilisés pour rendre compte de la présence des femmes sur les chaînes d'information en continu.

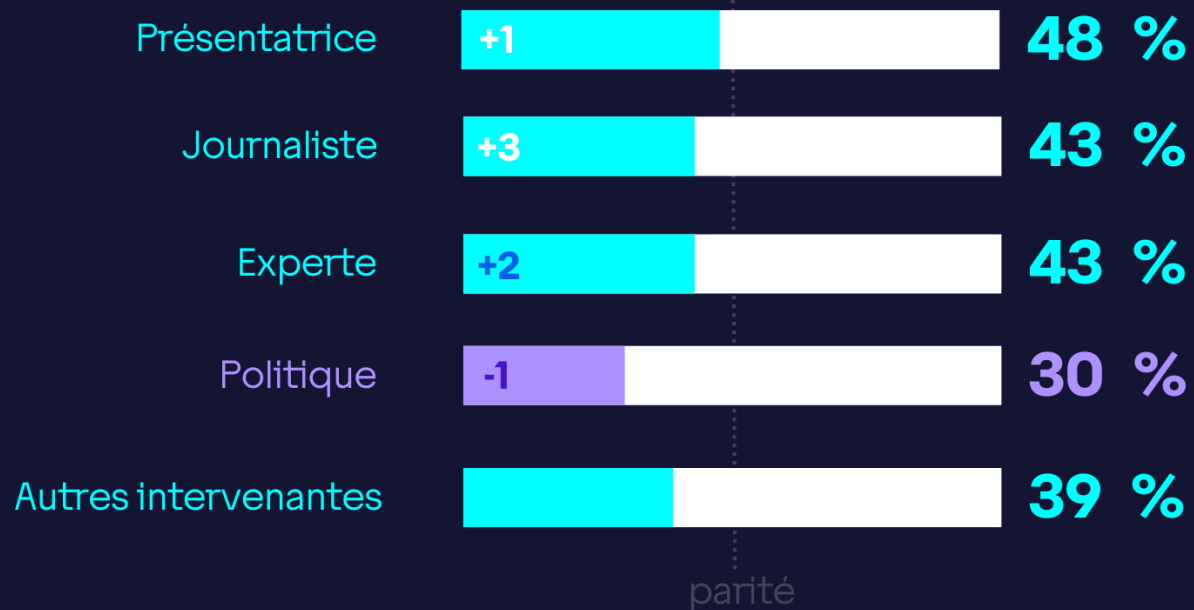


Sur les chaînes d'information en continu, le temps d'exposition visuelle des femmes est inférieur à leur temps de parole (- 5 points en moyenne).

Ces différences s'expliquent notamment par le fait que **beaucoup de femmes journalistes sont amenées à s'exprimer en voix hors champ** dans le cadre des reportages qu'elles réalisent. Par ailleurs, ces derniers sont souvent **consacrés à des personnalités masculines**.

arcom.fr

REPRÉSENTATION DES FEMMES SELON LEUR RÔLE



Les femmes occupent majoritairement le rôle de présentatrices (48 %) mais elles sont sous-représentées dans le rôle d'invitées politiques (30 %).

La part des femmes progresse dans trois catégories sur cinq : « **journalistes** » (+3 points), « **experts (es)** » (+2 points) et « **présentateurs (trices)** » (+1 point). En revanche elle se stabilise pour les « **autres intervenants (es)** » et baisse d'un point pour les « **invités (es) politiques** ».

LES JOURNALISTES DANS LES PROGRAMMES SPORTIFS

21 %

de femmes journalistes au sein des retransmissions sportives et des magazines consacrés au sport



arcom.fr

L'année **2021** a été marquée par la question du sexisme dans le journalisme sportif, **l'Arcom s'est donc intéressée à la présence des femmes journalistes au sein des retransmissions sportives et des magazines consacrés au sport, diffusés à la télévision et à la radio ; elles étaient 21 %.**

Sur la chaîne **L'Equipe**, cette part est également de **21 %** ; elle est en **hausse** par rapport à 2020 (**18 %**).

LES EXPERTES GAGNENT EN VISIBILITÉ

43 %

**d'expertes sont intervenues à la
télévision ou à la radio en 2021**
+13 points par rapport à 2016

arcom.fr

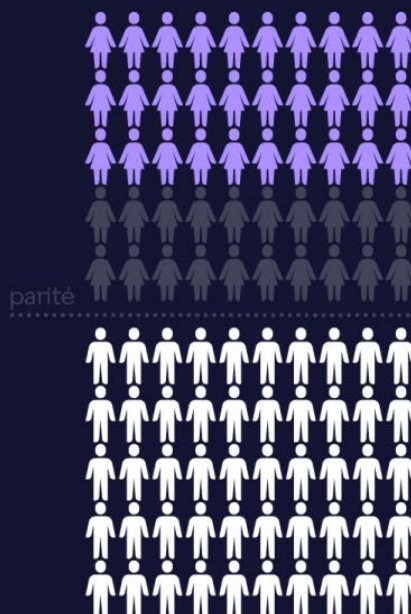
Le taux d'expertes, télévision et radio confondues, enregistre une hausse significative +2 points par rapport à 2020, pour atteindre 43 % (+13 points par rapport à 2016).

Ce résultat est dû aux **progrès** enregistrés en 2021 par les **chaînes généralistes privées** ainsi que des **chaînes d'information en continu** pour la **télévision** et le **secteur public pour la radio**.

LES FEMMES POLITIQUES DE MOINS EN MOINS VISIBLES

30 %

**de femmes politiques sont
intervenues à la télévision
ou à la radio en 2021**
-1 point par rapport à 2020



arcom.fr

**Le taux d'invitées politiques,
télévision et radio
confondues, continue de
baisser (30 % soit -1 point par
rapport à 2020).**

C'est la catégorie qui compte le moins de
femmes pour la **5^{ème}** année consécutive.

PROGRAMMES CONTRE LE SEXISME
ET LES VIOLENCES FAITES AUX FEMMES

+ 1 736 h

**de programmes diffusés sur les chaînes
de télévision par rapport à 2020**

arcom.fr

En 2021, les chaînes ont diffusé un volume horaire plus important de programmes luttant contre les préjugés sexistes et les violences faites aux femmes (4 926 heures).

Par rapport à 2020, on compte **1 736** heures en plus consacrées à ces programmes.

CHAINES D'INFORMATION EN CONTINU

37 %

des programmes luttant contre les préjugés sexistes et les violences faites aux femmes relèvent de la catégorie "justice"



arcom.fr

Les chaînes d'information en continu ont proposé davantage de programmes luttant contre les préjugés sexistes et les violences faites aux femmes relevant de la catégorie « **justice** » (**37 %** contre **28 %** en 2020).

PROGRAMMES NON-STEREOTYPÉS

41%

des fictions, animations ou longs-métrages
diffusés sur les chaînes pouvaient se
prévaloir d'un caractère non stéréotypé

arcom.fr

En 2021, **41 %** des fictions, animations ou longs-métrages diffusés sur les chaînes de télévision pouvaient se prévaloir d'un **caractère non stéréotypé**.

02

LES PRÉCONISATIONS DE L'ARCOM

- / **Définir des objectifs de progression chiffrés** pour améliorer la présence sur les antennes des femmes et notamment des **expertes** et des **invitées politiques**, en portant une attention particulière aux **heures de fortes audiences** ;
- / **Poursuivre les efforts de diversification** de l'offre de programmes luttant contre les préjugés sexistes et les violences faites aux femmes ainsi que ceux pouvant se prévaloir d'un caractère non stéréotypé afin de proposer une **large variété d'émissions et limiter les rediffusions** ;
- / **Veiller dans le cadre du traitement des affaires de violences faites aux femmes à suivre les recommandations** publiées par le **RIRM** en 2021 et celles de **l'Unesco** (cf. « Manuel pour les journalistes : Informer sur les violences à l'égard des filles et des femmes »), l'objectif étant de **limiter le ton sensationnaliste** et d'opter pour une **approche globale** afin que cette question soit traitée comme un **phénomène social** ;
- / **Prendre en considération**, en plus du taux de présence et du temps de parole des femmes, les **conditions de leur expression**.

03

LES ACTIONS À VENIR DE L'ARCOM

- / **Analyser la représentation des femmes dans le sport** (magazines et retransmissions sportives), dans le cadre d'une étude menée par le Réseau des instances de régulation méditerranéennes (RIRM) ;
- / **Publier une seconde étude sur la représentation des femmes dans les publicités télévisées**, quatre ans après la première ;
- / **Contribuer, au titre de membre du comité d'experts, au développement du projet GEM** (« Gender Equality Monitor ») financé par l'Agence nationale de la recherche (ANR-19-CE38-0012), coordonné par l'INA ;
- / **Développer conjointement avec l'INA une procédure d'analyse croisée** des déclarations communiquées par les chaînes de télévision et de radio à l'Arcom avec les temps de parole obtenus grâce à l'outil « inaSpeechSegmenter » afin de renforcer la **fiabilité** des données transmises.



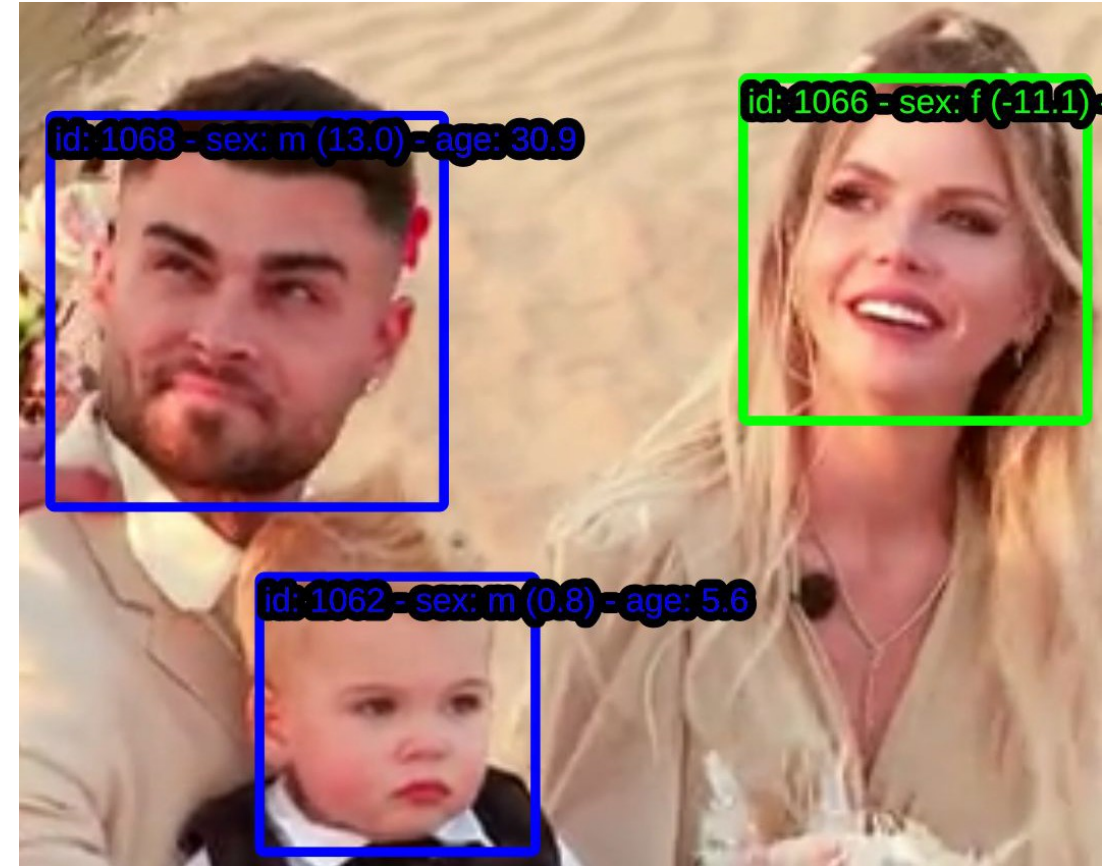
La représentation des femmes à la télévision et à la radio

Contribution INA à l'exercice 2021

L'intelligence artificielle pour la mesure de la parité

INAFACEANALYZER

- Utilisé dans le rapport de l'ARCOM pour la première fois
- Prédiction du sexe et de l'âge des visages
- IA conçue pour minimiser les biais de sexe, d'âge et d'origine perçue :
- Les personnes sous-représentées dans les médias sont souvent sous-représentées dans les données d'apprentissage des algorithmes
- 1 image analysée par seconde
- Filtrage des visages de taille inférieure à 10% de la hauteur



Source: Les marseillais à Dubaï, diffusé sur W9 le 16 avril 2021

INASPEECHSEGMENTER

- Utilisé dans le rapport de l'ARCOM pour la 3ème fois
- Temps de parole des femmes et des hommes
- IA entraînée sur les bases de voix de l'INA
- Plusieurs études publiées dans la revue des médias depuis 2018
- Rapport de la députée Calvez (2020)
- Adopté par une communauté d'utilisateur·rice·s



DES INDICATEURS COMPLÉMENTAIRES POUR UN PLUS JUSTE ÉCLAIRAGE D'UNE RÉALITÉ COMPLEXE

Périmètre

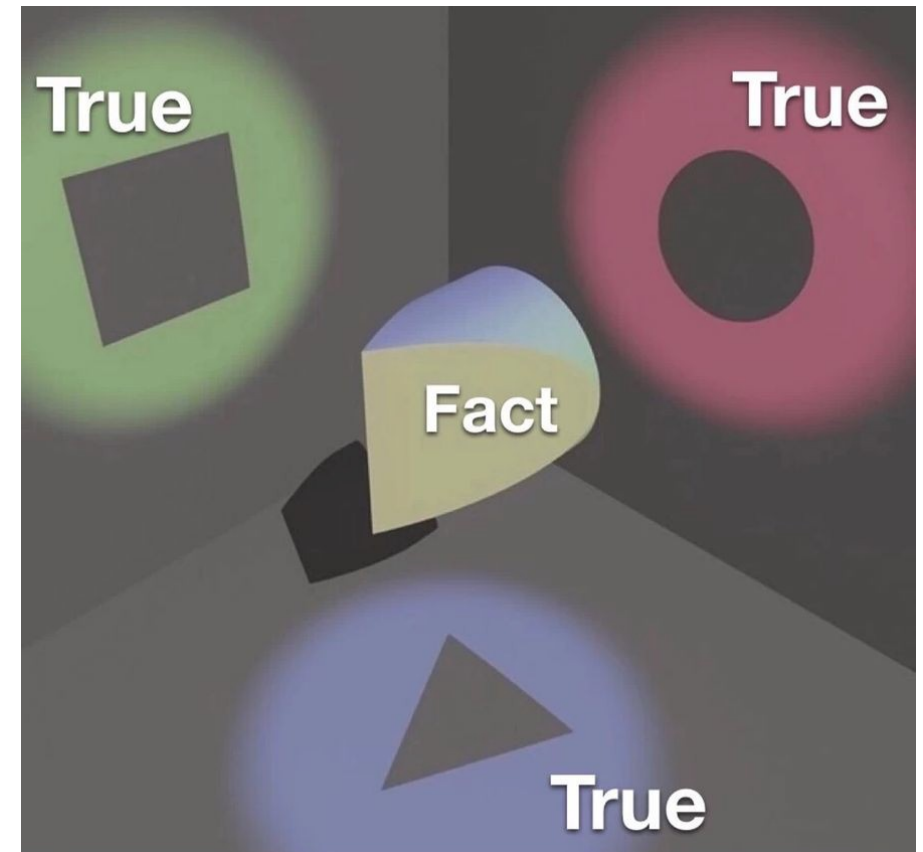
- Les déclarations ne portent que sur les personnes en plateau
- Les méthodes automatiques portent sur l'intégralité des programmes

Phénomène de terrain

- A décompte égal certaines personnes parlent plus ou sont plus montrées que d'autres

Complémentarité Parole/Visages

- Parole: Qui Parle ?
- Visages: Qui est visible ? De qui parle t'on ?



CONCILIER APPROCHES MANUELLES ET AUTOMATIQUES

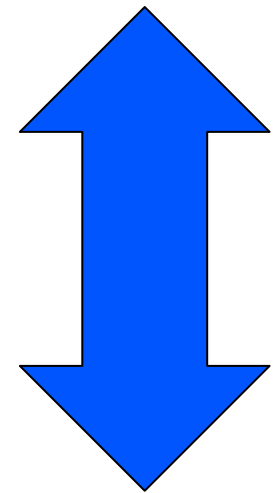
Analyse manuelle

- Description de phénomènes complexes
- Coûteux: temps d'analyse > temps de visionnage
- Biais d'échantillonnage: généralisation à partir d'un nombre d'exemples limités et/ou d'un périmètre restreint
- Décrire ce qui ne peut être compté - approches qualitatives

Analyse automatique

- Description de phénomènes "simples"
- Analyser l'intégralité des programmes
- Orienter les analyses manuelles
- Résultats reproductibles

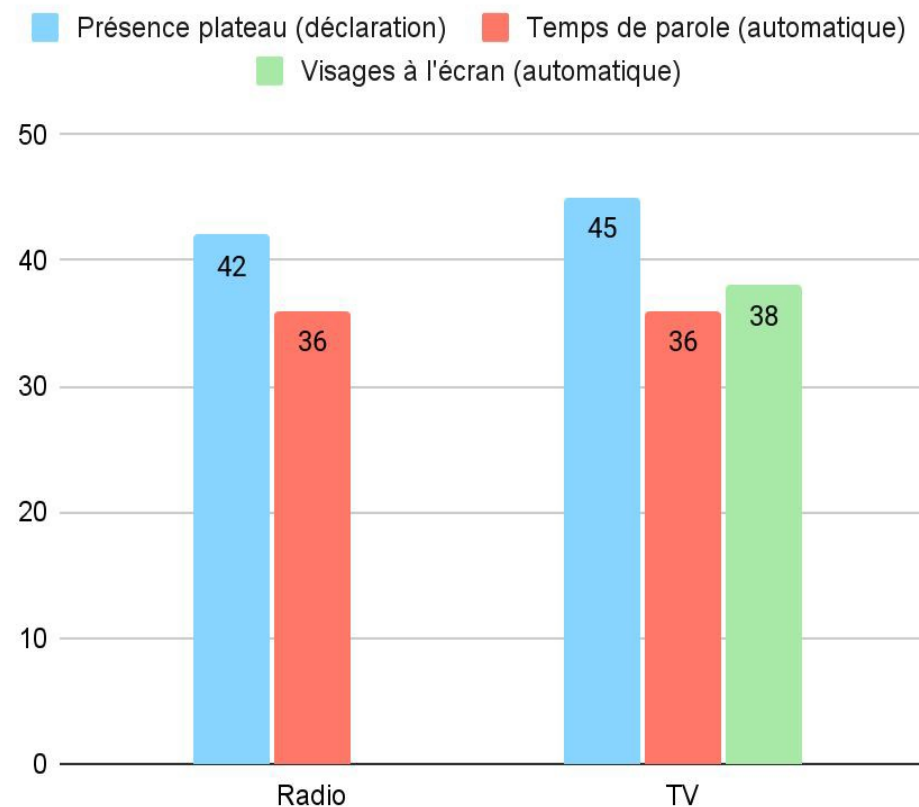
Automatique
Plus de volume



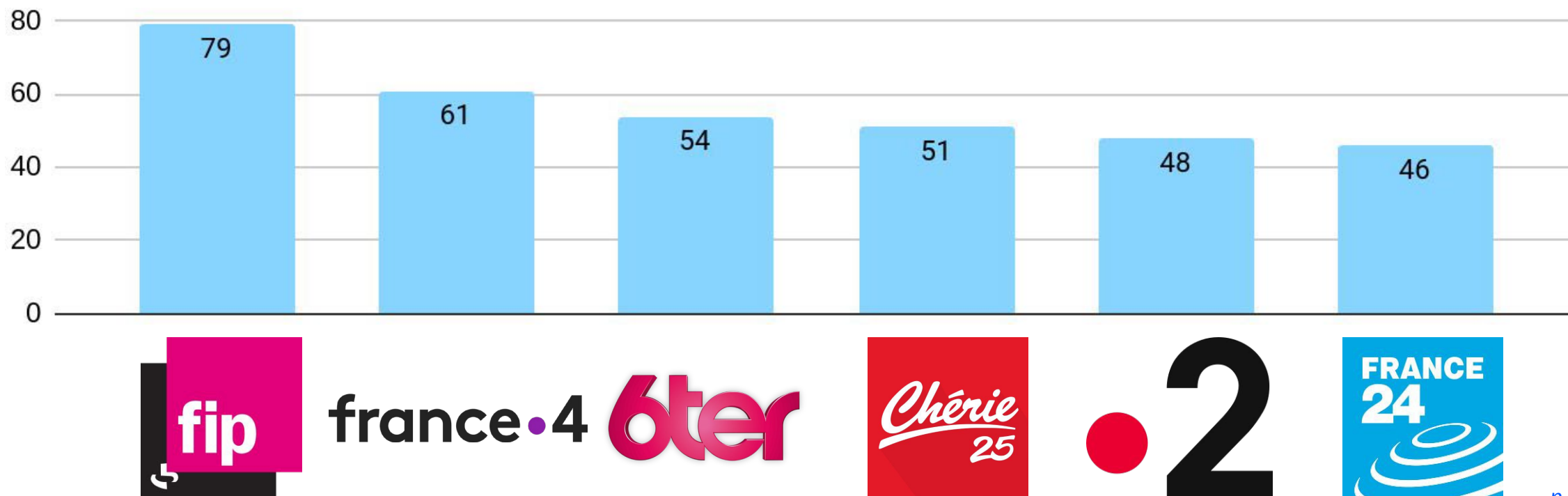
Manuel
Plus de complexité

CONSTATS GÉNÉRAUX

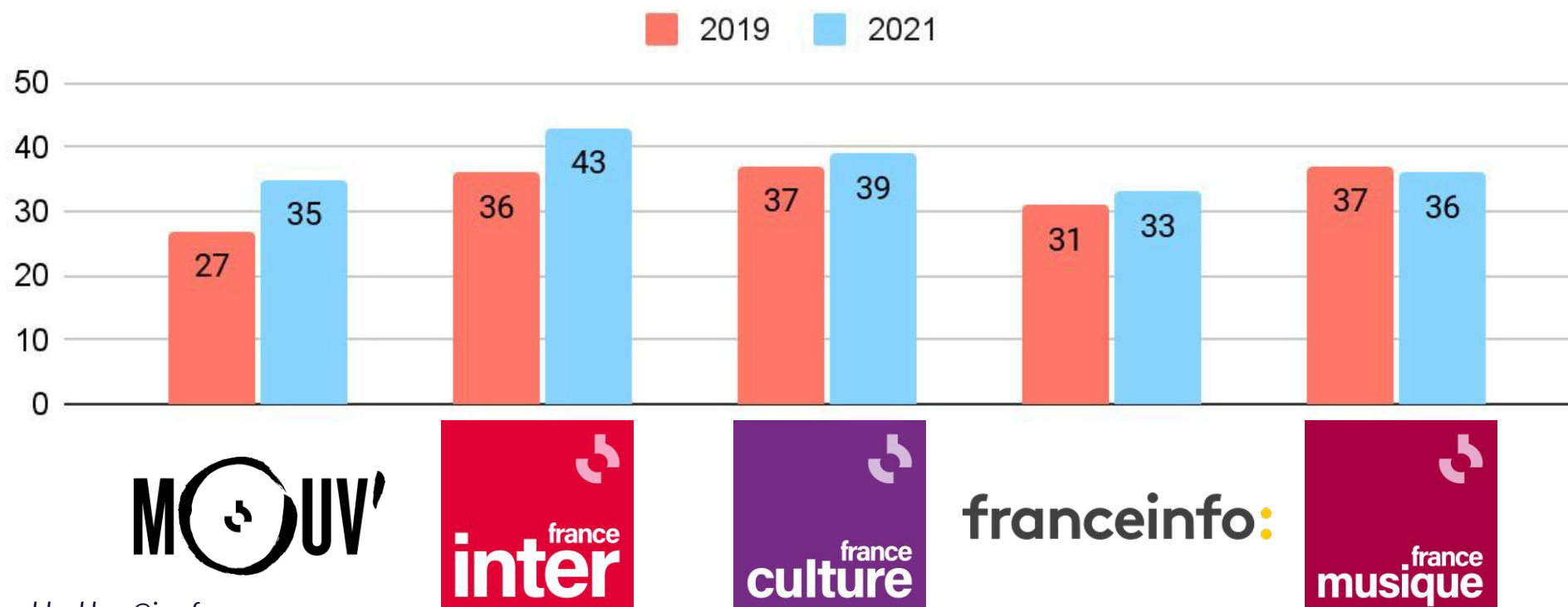
- Un temps de parole des femmes encore inférieur à leur présence déclarée
- Augmentation du temps de parole des femmes à la TV (+0,5 point) et à la radio (+2 points)
- Temps de parole désormais équivalent à la TV et à la radio
- Plus de visages que de voix de femmes à la TV



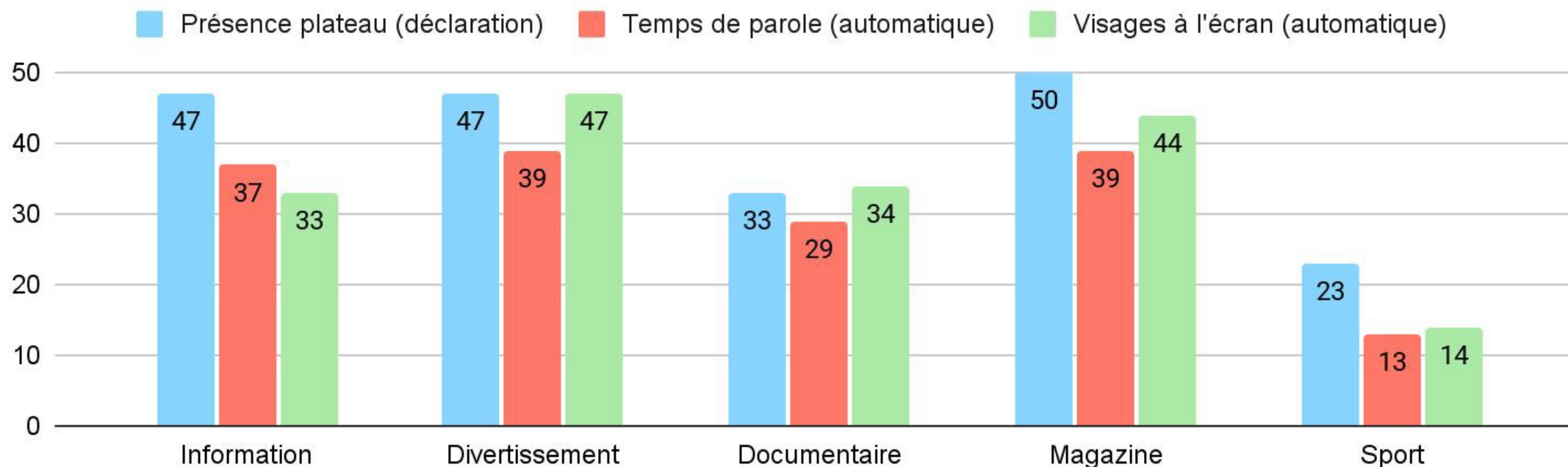
SIX ÉDITEURS SUR 36 PRÉSENTENT UN TEMPS DE PAROLE DES FEMMES SUPÉRIEUR OU ÉGAL À 45 %



UNE PRÉSENCE VOCALE DES FEMMES ACCRUE SUR LES ONDES DE RADIO FRANCE DEPUIS 2 ANS



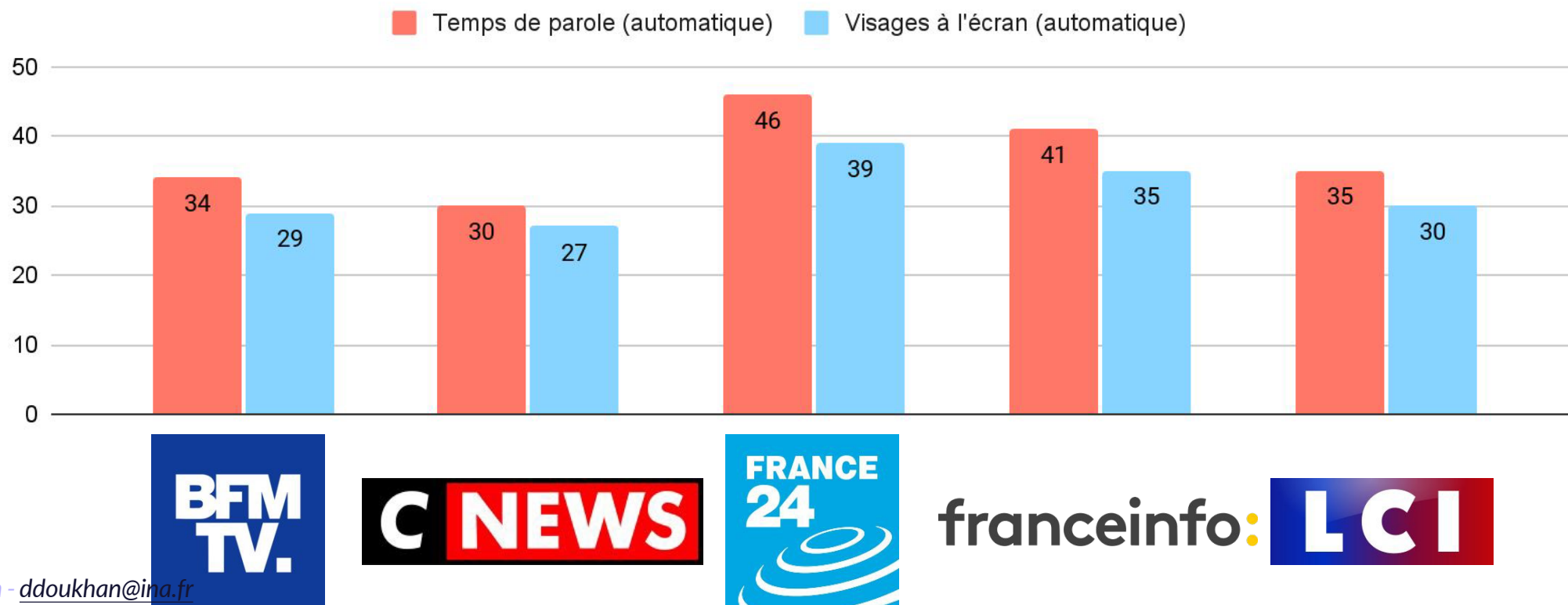
INDICATEURS ET GENRE DE PROGRAMMES À LA TÉLÉVISION



** Les plus fortes différences entre présence déclarée et analyse automatique sont observées dans les programmes pour lesquels le temps passé en plateau est le plus faible*

ZOOM SUR LES CHAÎNES D'INFORMATION TV CONTINUE

LES HOMMES RESTENT LE VISAGE DE L'INFORMATION



UN CONSTAT EN RÉSONANCE AVEC DES ÉTUDES PRÉCÉDENTES

En période de coronavirus, la parole d'autorité dans l'info télé reste largement masculine

David Doukhan, Cécile Méadel & Marlène Coulomb-Gully, La revue des médias, 2020

La part des femmes (hors journalistes) variait entre 23 et 30% pendant le premier confinement

Global Media Monitoring Project, France, 2020

50% de femmes journalistes à la TV, contre seulement 30% de femmes source ou sujettes



POUR EN SAVOIR PLUS

Publications dans la revue des médias

[2018] A la radio et à la télé, les femmes parlent deux fois moins que les hommes.

[2020] En période de coronavirus, la parole d'autorité dans l'info télé reste largement masculine.

Logiciels open-source

<https://github.com/ina-foss/inaFaceAnalyzer>

<https://github.com/ina-foss/inaSpeechSegmenter>

Données Open-Data

<https://www.data.gouv.fr/fr/organizations/institut-national-de-laudiovisuel>

ina

MERCI DE VOTRE ATTENTION

Merci aux personnes ayant participé à cette contribution



Manon Conan
ARCOM



Isam El Ayyadi
INA



Marlène
Coulomb-Gully
Lerass



Rémi Uro
INA



Romain
Maliach-Auguste
INA

REPRÉSENTATION DES FEMMES À LA TÉLÉVISION ET À LA RADIO

Rapport sur l'exercice 2021

