

<https://m.inegalites.fr/Seules-39-des-personnes-vues-a-la-television-sont-des-femmes>



Seules 39 % des personnes vues à la télévision sont des femmes

- Thèmes - Femmes et hommes -



Publication date: lundi 4 mars 2024

Copyright © Observatoire des inégalités - Tous droits réservés

Les femmes représentent 39 % des adultes qui apparaissent à la télévision, selon une étude de l'Arcom [1]. Quelles que soient les [évolutions en cours dans la société française](#), la représentation des genres à la télévision demeure très stéréotypée. Les femmes sont sous-représentées sur le petit écran puisqu'elles représentent 52 % des adultes dans la population française.

La part des femmes à la télévision est stable depuis 2019 mais, dans une autre étude de l'Arcom, qui porte sur la télévision et la radio, l'autorité publique note tout de même que leur place augmente sur les plateaux médiatiques grâce à la radio : la part des femmes est ainsi passée de 38 % en 2016 à 44 % en 2022 [2].

Les femmes demeurent plus souvent dans des positions dominées et stéréotypées à la télévision. Ainsi, leurs personnages ne sont que 11 % à représenter des héroïnes dans les fictions, contre 17 % de héros chez les hommes. Dans son étude sur la place des femmes à la télévision et la radio, l'Arcom indique que si l'on compte 50 % de présentatrices, elles constituent seulement 45 % des experts et 32 % des invités politiques [3]. De son côté, la publicité à la télévision continue à assigner des rôles ultra-stéréotypés aux femmes et aux hommes : les premières composent, par exemple, 97 % des personnages quand il s'agit de vanter un produit du secteur de la coiffure, mais seulement 12 % dans le domaine du bricolage [4].

Cette situation est, pour partie, le reflet des inégalités entre les femmes et les hommes qui persistent dans la société. Si les femmes sont si peu nombreuses parmi les invités politiques, par exemple, c'est aussi qu'elles sont moins présentes parmi les dirigeants des partis. Et si l'on fait de la publicité avec des hommes qui bricolent, c'est qu'ils demeurent le plus souvent les principaux consommateurs dans ce domaine. Mais, en reflétant ces inégalités, la télévision contribue à son tour à la [production des stéréotypes](#). La situation n'est pas simple : on attend des médias à la fois qu'ils représentent la société mais, en même temps, tant leur rôle est grand, qu'ils combattent les stéréotypes pour changer les pratiques sociales.

Lecture : 39 % des personnes vues à la télévision en 2022 sont des femmes.

Source : Arcom – © Observatoire des inégalités

[Graphique](#) [Données](#)

Type de personnage selon le sexe		
Unité : %		
	Femmes	Hommes
Héros	11	17
Personnage principal	35	23
Personnage secondaire	54	60
Ensemble	100	100

Lecture : 11 % des personnages féminins vus à la télé sont des héroïnes, tandis que 17 % des personnages masculins sont des héros.

Source : Arcom – Données 2022 – © Observatoire des inégalités

Lecture : dans le secteur du bricolage, 88 % des personnages représentés dans des publicités télévisées sont des hommes.

Source : Arcom – Données 2022 – © Observatoire des inégalités

[Graphique](#) [Données](#)

Photo / CC by Kevin Woblick

[1] *La représentation de la société française dans les médias*, Rapport au Parlement, Arcom, juillet 2023.

[2] *La représentation des femmes à la télévision et à la radio*, Rapport sur l'exercice 2022, Arcom, mars 2023.

[3] *La représentation des femmes à la télévision et à la radio*, op. cit.

[4] *Étude sur la représentation des femmes dans les publicités télévisées*, Arcom, mars 2023.