



PTP  
**RAPPORT  
ROSE**

**LA REPRÉSENTATION  
2ELGBTQIA+**  
dans les industries  
canadiennes  
des écrans

Juin 2024

# Table des matières

1.0 Introduction.....	<b>6</b>
2.0 Représentation des personnes 2ELGBTQIA+ dans les médias canadiens.....	<b>14</b>
2.1 L'importance de la représentation.....	<b>14</b>
2.2 Représentation et image transmise.....	<b>16</b>
2.3 Pleins feux sur l'industrie : Jeux vidéo.....	<b>27</b>
2.4 Résultats clés.....	<b>33</b>
2.5 La télévision en chiffres : analyse du contenu des émissions populaires de la télévision francophone et anglophone.....	<b>34</b>
3.0 Professionnels 2ELGBTQIA+ travaillant dans les industries audiovisuelles.....	<b>50</b>
4.0 Les obstacles à une représentation authentique des personnes 2ELGBTQIA+.....	<b>60</b>
4.1 Le manque de décideurs et décideuses 2ELGBTQIA+.....	<b>61</b>
4.2 La prudence des industries canadiennes des médias.....	<b>64</b>
4.3 Des récits s'appuyant trop sur les clichés et les stéréotypes.....	<b>68</b>
4.4 Des financements, une distribution et un marketing inadaptés.....	<b>71</b>
4.5 La réduction symbolique des professionnels 2ELGBTQIA+.....	<b>76</b>
4.6 Moins de possibilités de mentorat et d'occasions de développement de carrière.....	<b>79</b>
5.0 Occasions pour une représentation 2ELGBTQIA+ plus authentique.....	<b>83</b>
5.1 Représenter toutes les identités 2ELGBTQIA+.....	<b>83</b>
5.2 Une plus grande représentation intersectionnelle.....	<b>85</b>
5.3 Célébrations de la joie des personnes 2ELGBTQIA+.....	<b>86</b>
5.4 Représentation dans les différents genres.....	<b>88</b>
5.5 Intégration transparente des identités 2ELGBTQIA+.....	<b>89</b>

5.6 Mesures et rapports réguliers .....	<b>89</b>
5.7 Soutien accru des syndicats .....	<b>90</b>
5.8 Création d'un Bureau de l'écran des queers .....	<b>92</b>
6.0 Recommandations pour un changement réalisable .....	<b>94</b>
Annexe A : Bibliographie .....	<b>96</b>
Annexe B : Méthodologie .....	<b>100</b>
Limites de l'étude .....	<b>115</b>
Annexe C : Glossaire .....	<b>117</b>
Annexe D : Ressources supplémentaires .....	<b>121</b>

# Reconnaissance territoriale

Pink Triangle Press reconnaît travailler à partir du territoire non cédé de nombreuses nations, notamment celles des peuples mississauga de Credit, anichinabé, ojibwé, haudenosaunee et wendat. Ces territoires demeurent à ce jour le foyer d'un vaste éventail de peuples des Premières Nations, inuit et métis. Nous reconnaissons également que l'existence de la ville de Toronto, où nous sommes installés, découle du Traité no 13 avec les Mississaugas de Credit et de traités subséquents.

De plus, nous reconnaissons et affirmons les droits inhérents et issus de traités de tous les peuples autochtones à travers ces territoires. Nous avons respecté, et continuerons de respecter, nos engagements envers l'autodétermination et la souveraineté des peuples et nations autochtones.

Enfin, Pink Triangle Press reconnaît l'oppression historique et actuelle des terres, des cultures et des peuples originels de la partie de l'île de la Tortue aussi appelée Canada. Nous encourageons autrui à apprendre l'histoire de cette terre et de ses peuples originels, et à étudier comment nos liens avec ces territoires peuvent contribuer aux projets soutenant l'autodétermination autochtone.

## À propos de Pink Triangle Press

Pink Triangle Press (PTP) est l'un des groupes de médias 2ELGBTQIA+ les plus anciens au monde. Notre objectif principal est d'inspirer nos communautés à rendre possible un avenir où chaque personne est libre de célébrer qui elle est vraiment. PTP a été fondé sur la certitude que le partage d'histoires et d'expériences est un outil puissant favorisant la libération. Nous sommes convaincus que les médias créés par les communautés 2ELGBTQIA+, pour ces dernières et à leur sujet sont indispensables à leur épanouissement. Nous cherchons à amplifier le travail des activistes, des créateurs et créatrices, des penseurs et penseuses, ainsi que des artisans et artisanes du changement. PTP est fier de l'impact de son travail aux côtés des communautés de la diversité pour encourager le changement. Forts d'une longue histoire de promotion de la liberté et de l'égalité, nous continuons à rassembler les communautés afin de créer un monde meilleur pour les personnes 2ELGBTQIA+.

# L'équipe du *Pink Paper*

**Alex Custodio** (auteur et chercheur)

**Gina Hara** (responsable de la défense des intérêts, chercheuse)

**Jennifer McGuire** (directrice générale de PTP)

**Michael Matheson** (réviseur)

**Rainbow Translations** (traduction française)

**Roberto Bonafacio** (logo du *Pink Paper* de PTP)

**Leah Gryfe** (mise en page et conception)

**Signal Hill Insights, Maru/Matchbox** (entreprises de recherche)

**Zoltan Nemeth, Prerna Babbar** (analyse des données)

**Mitchell Cheeseman, Chris Cherie** (conception et marketing)

## Partenaires financiers

Les opinions, constatations, conclusions et recommandations que contient le présent document sont celles des auteurs et ne reflètent pas nécessairement le point de vue du Fonds des médias du Canada, de Téléfilm Canada ou du gouvernement du Canada. Les recommandations du présent document ne sont pas contraignantes pour le Fonds des médias du Canada, Téléfilm Canada, et le gouvernement du Canada et ses agences.



CANADA FONDS DES MÉDIAS  
MEDIA FUND DU CANADA

**TELEFILM**  
C A N A D A



Government of Canada  
Gouvernement du Canada

# 1.0 Introduction

« Hollywood tente sans cesse de se mettre à niveau le lendemain avec ce qui s’est passé la veille. »

—**Vito Russo**, légendaire critique de cinéma queer, *The Celluloid Closet* (Le placard de celluloïd)

La vie imite l’art. L’audiovisuel est un support particulièrement puissant pour façonner la réalité.

Au fil des générations, les spectateurs et spectatrices ont appris ce qu’est une personne queer à travers nos représentations à l’écran. Historiquement, ces portraits ont souvent souffert de distorsions et d’omissions, de nombreux Canadiens ne se sentant pas du tout reflétés.

Les clichés classiques sur les personnes 2ELGBTQIA+ sont légendaires : antagoniques. Lâches. Prédateurs. Victimes. La liste est longue. Même à l’ère moderne, nous sommes encore trop souvent le triste personnage représentant des problèmes sociaux à peine voilés ou le meilleur ami gai qui n’existe que pour donner de l’importance au premier rôle hétérosexuel. Nous ne sommes pas les seuls à être représentés de la sorte : d’autres communautés marginalisées partagent notre douleur en raison d’une image transmise de façon douteuse et souvent préjudiciable.

Nous reconnaissons les progrès réalisés en matière de représentation au cours des dernières décennies, mais soulignons néanmoins qu’il y a encore beaucoup de travail à faire. Pink Triangle Press, l’une des plus anciennes entreprises de médias queer au monde, s’est toujours investi pour améliorer la visibilité des personnes 2ELGBTQIA+ à l’écran. En effet, nous savons que la représentation est un aspect essentiel de la manière dont nous sommes perçus, comment nous nous percevons nous-mêmes et, en fin de compte, comment nous sommes traités.

En tant que défenseurs de la liberté d’expression, nous ne sommes pas là pour censurer ou reprendre qui que ce soit. En 1980, lorsque la communauté gaie a boycotté le film *La Chasse* de William Friedkin, qui mettait en vedette Al Pacino, nous nous sommes opposés à ce boycottage et avons plutôt préconisé une

analyse du film qui aiderait le grand public à s’y intéresser avec un œil critique. La compréhension des médias, en particulier à l’ère de la désinformation, est une compétence essentielle pour une démocratie saine.

Nous ne voulons pas que des personnages aseptisés remplacent les personnages stéréotypés. Nous voulons de la complexité, de la démesure, de la saveur et de la profondeur. Nous voulons voir tout l’éventail des expériences qui reflètent nos vies. Nous espérons que cette étude fondamentale sera mise au service de cet objectif. Les industries du cinéma, de la télévision, de la production vidéo et du jeu vidéo, et surtout notre société, s’en porteront mieux.

Grâce au généreux soutien du Fonds des médias du Canada et de Téléfilm Canada, Pink Triangle Press s’est lancé dans cette recherche fondamentale pour faire un rapport sur l’état actuel de la représentation des personnes 2ELGBTQIA+ dans le cinéma, à la télévision, dans les services de diffusion en continu en ligne et dans les jeux vidéo, ici, au Canada. Nous avons recueilli des informations précieuses lors d’entretiens avec des parties intéressées, d’un sondage mené auprès de professionnels et professionnelles du secteur des médias canadiens et d’une analyse du contenu des principales émissions de télévision canadiennes, en français et en anglais, afin de comprendre la nature de la représentation des personnes 2ELGBTQIA+ dans les médias canadiens. Le *Pink Paper* de PTP cerne des manques et des obstacles, mais aussi des occasions. Ce travail ne vise nullement à condamner qui que ce soit : il s’agit plutôt d’une invitation à collaborer, à innover et à célébrer.

Bien entendu, nos efforts seraient vains sans nos incroyables partenaires. Nous remercions le Fonds des médias du Canada et, en particulier, Mathieu Chantelois et Jessica Fleming, qui ont été nos plus ardents défenseurs, ainsi qu’Elisa Suppa et Francesca Accinelli chez Téléfilm Canada. Merci à nos partenaires de recherche, Maru/Matchbox et Signal Hill, dirigés respectivement par Jacqueline Campbell et Jeff Vidler, qui se sont tous deux investis à chaque étape de ce travail. Merci à Jenn Kuzmyk et à l’équipe du Banff World Media Festival, ainsi qu’à notre extraordinaire panel (Emily Hampshire, Cassandra James, Michelle Mama, Alexander Nunez et Michael Serapio), pour avoir créé une plateforme au sein de l’industrie et avoir entamé des conversations importantes sur les thèmes abordés dans le *Pink Paper* 2024 de PTP.

Merci à Alex Custodio, universitaire et auteur respecté, que nous avons eu la chance d’engager comme auteur du rapport et qui a été un défenseur passionné travaillant sans relâche pour fournir des analyses et des idées complexes dans des délais impossibles. Merci à nos relationnistes, soit Olivier Lapierre au Québec ainsi qu’Ally LaMere-Shedden et Alya Stationwala, de Route 504 à Toronto, qui nous aident à élargir la portée de ce travail. Merci à l’équipe créative de PTP et

à la conceptrice Leah Gryfe, qui nous aident à raconter les histoires derrière les chiffres et les expériences qu'ils représentent d'une manière à la fois élégante et compréhensible.

Je tiens également à remercier l'équipe de PTP, qui, guidée par notre directrice générale Jennifer McGuire, s'est surpassée relever l'ensemble du projet d'un cran. Il s'agit d'un projet ambitieux mené par une petite équipe qui n'a pas ménagé ses efforts. Un grand merci à Jennifer et à Gina Hara, notre responsable de la défense des intérêts, ainsi qu'au reste de l'équipe de PTP ayant participé : Zoltan Nemeth, Prerna Babbar, Chris Cherrie, Roberto Bonifacio, Mitchell Cheeseman, Andrew Chang et Heaton Dyer.

Enfin, nous tenons à exprimer notre gratitude envers les nombreux membres des communautés des écrans et 2ELGBTQIA+ du Canada pour la générosité dont ils ont fait preuve en partageant avec nous leurs expériences et leurs opinions, ainsi qu'envers toutes celles et tous ceux qui nous ont aidés à nouer des liens ou à faire connaître notre sondage.

Nous pensons que les industries audiovisuelles canadiennes sont particulièrement bien positionnées pour devenir les fers de lance internationaux d'une approche plus authentique et dynamique de la diversité, à la fois à l'écran et en coulisses.

Nous espérons que notre étude s'inscrira dans cette conversation importante et que nous utiliserons tous ses outils, ainsi que notre capacité d'action personnelle, pour « partir en quête du lendemain » et apporter des changements significatifs à la représentation des personnes 2ELGBTQIA+ dans les médias canadiens.



David Walberg  
PDG  
Pink Triangle Press

## 1.1 Résumé analytique

**93%** des professionnels de l'industrie croient que **la représentation à l'écran des personnes 2ELGBTQIA+ au Canada est extrêmement importante** pour eux.

**90%** des professionnels du secteur des médias s'entendent que **la représentation à l'écran favorise la compréhension et l'acceptation** des personnes 2ELGBTQIA+ dans la société en général.

**85%** des professionnels constatent que **l'image des personnages 2ELGBTQIA+ transmise à l'écran s'est améliorée au cours des 5 dernières années**. Cependant, bien que des progrès aient été réalisés dans toutes les industries, **il existe encore des manques importants au niveau de la représentation**.

***Les identités 2ELGBTQIA+ restent considérablement sous-représentées dans le paysage médiatique canadien. On manque particulièrement d'histoires 2ELGBTQIA+ nuancées, significatives et authentiques.***

Bien que la représentation semble s'être améliorée ces dernières années, la grande majorité des professionnels de l'industrie croit que la représentation des personnages 2ELGBTQIA+ est **souvent superficielle** (85 %), **stéréotypée** (84 %) ou **axée uniquement sur des traumatismes** (88 %).

**82%** des personnes interrogées estiment que **la représentation des identités 2ELGBTQIA+ est inégale**. Les personnages bispirituels, trans et ayant une diversité de genre sont considérés comme étant davantage sous-représentés que les autres identités 2ELGBTQIA+, en particulier par rapport aux hommes gais.

**66%** des professionnels de l'industrie canadienne des médias **ne croient pas que le contenu financé par le Canada favorise suffisamment l'inclusion de sujets, d'histoires et de professionnels 2ELGBTQIA+**. Nous avons encore d'importantes occasions de mieux représenter les voix canadiennes.

Les francophones interrogés ont tendance à avoir un avis plus positif sur la représentation des personnes 2ELGBTQIA+ que leurs homologues anglophones. Or, une analyse du contenu des émissions de télévision canadiennes les plus populaires révèle que les personnages 2ELGBTQIA+ sont plus susceptibles d'être représentés comme unidimensionnels à la télévision francophone (73 %) qu'à la télévision anglophone (25 %). Ces résultats révèlent **le besoin d'entamer des conversations sur ce qui constitue une représentation précise et authentique afin de réconcilier les différentes perceptions.**

Il existe une forte pression pour que la représentation des personnes 2ELGBTQIA+ sur les écrans canadiens devienne plus significative et plus positive. **90 % des professionnels croient que le public canadien veut voir une représentation authentique des personnes 2ELGBTQIA+, les deux tiers d'entre eux le croyant fortement.**

***Dans toutes les industries, le manque de décideurs et décideuses 2ELGBTQIA+ est considéré comme le principal obstacle à une représentation authentique sur les écrans canadiens.***

Cet obstacle a d'immenses effets en aval. Le manque de professionnels 2ELGBTQIA+ dans les postes de direction influence quelles histoires sont racontées, et par qui.

Des programmes dédiés et des critères de financement qui dépendent de personnes 2ELGBTQIA+ pourraient créer des occasions spécifiques et quantifiables de donner le feu vert à des histoires 2ELGBTQIA+. Les équipes de direction de l'industrie **devraient envisager des programmes de développement et de mentorat pour les professionnels 2ELGBTQIA+** afin de soutenir leur développement professionnel. En donnant aux professionnels 2ELGBTQIA+ davantage d'occasions de raconter leurs histoires, ils pourront démontrer la valeur qu'ils apportent à l'industrie des médias et aideront ces histoires à être transmises avec précision et authenticité.

## Principaux obstacles

1. Manque de décideurs et décideuses 2ELGBTQIA+
2. Prudence des équipes de direction de l'industrie
3. Clichés et stéréotypes dans la narration
4. Coopération symbolique avec les professionnels et professionnelles
5. Manque de soutien financier
6. Peu d'occasions de mentorat et de carrière

*Dans l'ensemble, les personnes qui ont participé à ce projet veulent voir :*

- **UNE REPRÉSENTATION PLUS AUTHENTIQUE, COMPLEXE ET INCLUSIVE DES PERSONNES 2ELGBTQIA+** qui abandonne les clichés et les stéréotypes au profit d'une représentation précise et authentique. Cela signifie non seulement d'inclure **différentes identités 2ELGBTQIA+**, mais également de **favoriser des recoupements plus nuancés avec l'origine ethnique, le handicap, la neurodivergence, la classe sociale, l'âge et le type de corps.**
- **UNE PLUS GRANDE VARIÉTÉ DE RÉCITS, DE GENRES ET DE SUJETS INCLUANT DES PERSONNAGES 2ELGBTQIA+**, notamment des documentaires, des émissions de télé-réalité et des programmes d'information, ainsi que des jeux vidéo grand public. Les personnes participantes souhaitent voir des histoires qui **célèbrent les identités et les expériences des personnes 2ELGBTQIA+**. Ils veulent des récits qu'ils seront fiers de partager avec leurs amis, leur famille et entre eux. Ils souhaitent également que les personnages 2ELGBTQIA+ soient **parfaitement intégrés** dans les récits.
- **UNE REPRÉSENTATION EN COULISSES À TOUS LES NIVEAUX ET DANS TOUTES LES INDUSTRIES.** Cela inclut les acteurs et actrices, les scénaristes, les membres du personnel, ainsi que les équipes de réalisation, de rédaction, de conception des jeux, de programmation, de production et de direction. Il est particulièrement urgent que davantage de personnes 2ELGBTQIA+ occupent des **rôles décisionnels**, ce qui pourrait plus facilement se produire avec **des pratiques d'embauche et de développement de carrière plus solides pour combler durablement l'écart de représentation.**
- **ET UN SOUTIEN FINANCIER, PROMOTIONNEL ET ÉDUCATIF ACCRU POUR LES CONTENUS ET LES PROFESSIONNELS 2ELGBTQIA+.** Un changement significatif exige un **investissement financier dans le développement et la distribution de médias qui représentent les expériences 2ELGBTQIA+**, par exemple par le biais de programmes dédiés et de critères de financement qui dépendent de la représentation hors des écrans. Offrir du soutien à une représentation viable hors des écrans va de pair avec la **mise en place de programmes éducatifs et de formation inclusifs pour lutter contre la transphobie et la queerphobie** dans tous les secteurs de l'industrie des médias, y compris sur les plateaux de tournage, dans les salles de rédaction et au conseil d'administration. Toutes les industries audiovisuelles devraient adopter et appliquer une **politique de tolérance zéro à l'égard du harcèlement, de la discrimination et de la violence anti-2ELGBTQIA+.**

## 1.2 Remarque sur le langage

Le langage est en constante évolution. Les mots adoptent de nouvelles significations et de nouveaux sens au fil du temps. Il est donc important de préciser ce que nous voulons transmettre lorsque nous choisissons d'adopter un vocabulaire donné dans un rapport comme celui-ci. Les nuances comptent, surtout lorsque l'on aborde les questions d'identité, de représentation et d'image transmise dans les industries canadiennes des médias.

Prenons l'exemple de l'histoire compliquée du mot « queer ». Pendant des dizaines d'années, ce mot a été utilisé de manière péjorative pour désigner les personnes dont l'identité de genre et l'orientation sexuelle ne correspondaient pas à la norme sociale perçue. Ce n'est qu'après les émeutes de Stonewall, en 1969, qu'il a commencé à être revendiqué : « Nous sommes là. Nous sommes queer. Il faudra vous y faire! » est devenu à la fois un acte de défi et de fierté. Dans les décennies qui ont suivi, les militants ont également adopté le terme « queer » comme alternative radicale à la mise en valeur des hommes gais blancs, cis et non handicapés dans les mouvements de libération sociale et juridique (p. ex., le mouvement des droits des gais). Aujourd'hui, « queer » est un terme aux multiples définitions, polyvalent et étendu qui décrit toute une série d'identités de genre et d'orientations sexuelles. Toutefois, pour de nombreuses personnes qui ont grandi avant le changement de millénaire, y compris celles qui ont participé à ce projet de recherche, le terme « queer » reste délicat.

C'est pourquoi le *Pink Paper* de PTP adopte l'acronyme 2ELGBTQIA+ pour désigner les personnes dont l'identité de genre et l'orientation sexuelle ne sont pas exclusivement cisgenres ou hétérosexuelles. Couramment utilisé au Canada, cet acronyme signifie bispiritualité (**2E**, de deux-esprits), lesbienne, **g**ai, **b**isexuel, **t**ransgenre, **q**ueer, **i**ntersexe et **a**sexuel. Le signe **+** inclut une variété d'expressions de genre et d'orientations sexuelles et romantiques, y compris agendre, non binaire, aromantique, pansexuel et beaucoup d'autres. Placer la bispiritualité au début de l'acronyme reflète le fait que les peuples autochtones ont été les premières communautés à reconnaître et à respecter la diversité des genres et des sexualités sur cette terre que nous appelons le Canada.

Nous sommes conscients qu'aucun terme ne peut communiquer avec précision tout le spectre des identités. Lorsque nous parlons des personnes 2ELGBTQIA+, nous ne parlons pas d'une communauté unique, mais de plusieurs communautés qui s'entremêlent. Quels que soient les termes utilisés dans ce rapport, il est important de respecter l'autodésignation des personnes. C'est pourquoi nous citons intégralement les entretiens et les qualificatifs afin de préserver le choix de vocabulaire de chaque participant.

Vous trouverez un glossaire des termes utilisés dans l'[annexe C](#).

## 1.3 Méthodologie

Nous ne pouvons pas changer ce que nous ne pouvons pas mesurer. Les données quantitatives et qualitatives que nous avons recueillies constituent un point de départ fondamental à partir duquel nous pouvons évaluer le paysage de la représentation queer dans les industries canadiennes des médias et formuler des recommandations fondées sur des données probantes.

Pink Triangle Press a engagé Maru/Matchbox et Signal Hill pour mener une étude dans le cadre de ce rapport. Les données ont été recueillies entre décembre 2023 et mai 2024 par le biais de trois méthodes principales :

1. Des entretiens vidéo approfondis menés avec 9 professionnels de l'industrie, notamment des acteurs/actrices, des scénaristes, des producteurs/productrices et des développeurs/développeuses de jeux vidéo; 2 entretiens ont été menés en français et 7 en anglais.
2. Un sondage de 10 minutes auquel ont répondu 479 professionnels travaillant dans les industries canadiennes des médias.
3. Une analyse du contenu de 22 heures d'émissions de télévision canadiennes populaires : 14 en anglais et 8 en français (déterminée par Parrot Analytics).

Pour mieux comprendre comment le public perçoit la représentation des personnes 2ELGBTQIA+, Pink Triangle Press a réalisé un sondage en ligne supplémentaire de 10 minutes par l'intermédiaire de *Xtra Magazine* et de ses comptes de médias sociaux affiliés, qui a recueilli 278 réponses. Sauf indication contraire, toutes les statistiques sont tirées du sondage mené auprès des professionnels de l'industrie, pas de celui mené auprès des lecteurs et lectrices de *Xtra*.

Cette étude est complétée par des renseignements supplémentaires tirés de documents de l'industrie, de livres blancs, d'articles de presse et d'études pertinentes, qui sont cités tout au long du rapport. Vous trouverez une bibliographie complète à l'[annexe A](#). Pour en savoir plus sur la méthodologie et les données démographiques des personnes ayant participé à l'étude, veuillez consulter l'[annexe B](#).

## 2.0 Représentation des personnes 2ELGBTQIA+ dans les médias canadiens

Lorsque nous parlons de représentation dans les médias, nous utilisons souvent les métaphores des miroirs et des fenêtres (Style, 1988 ; Bishop, 1990). Les miroirs sont des histoires qui affirment, reflètent et valident des aspects de l'identité et des expériences propres à un individu. Les fenêtres fournissent un aperçu de l'identité et de l'expérience d'autres personnes. Pour certains, les médias grand public sont à la fois un miroir et une fenêtre ; pour d'autres, les médias peinent à remplir ces deux rôles. Souvent, les conversations sur la représentation portent autant sur ce que nous *ne voyons pas* que sur ce que nous voyons.

Cette section présente des données sur l'état de la représentation des personnes 2ELGBTQIA+ au cinéma, à la télévision, dans les services de diffusion en continu et dans les jeux vidéo canadiens. Ces résultats quantitatifs sont tirés d'un sondage mené à l'échelle de l'industrie auprès de professionnels du secteur des médias ainsi que d'une analyse du contenu d'émissions de télévision canadiennes populaires. Notre objectif est double : fournir des éléments fondateurs et factuels sur la représentation des personnes 2ELGBTQIA+ dans les médias canadiens, et établir un point de référence pour suivre la représentation des personnes 2ELGBTQIA+ au fil du temps.

### 2.1 L'importance de la représentation



Les médias canadiens ne servent pas qu'à divertir. Ils sont aussi des produits culturels et expriment des identités ([Fonds des médias du Canada 2023b](#)). En communiquant des messages sur la façon d'agir, sur les valeurs et sur les personnes à écouter, les médias canadiens ont un pouvoir considérable pour influencer les perceptions et les attitudes du public.

Il convient de rappeler à quel point l'inclusion des personnes 2ELGBTQIA+ en vertu de la loi fédérale est récente. Plus de 63 % des personnes ayant répondu à notre sondage sont nées avant que la loi canadienne sur les droits de la personne ne soit modifiée pour inclure l'orientation sexuelle parmi les motifs de discrimination interdits, en 1996. L'identité et l'expression de genre n'ont été ajoutées que récemment, en 2016, via le projet de loi C-16, offrant enfin une protection juridique aux personnes transgenres et ayant une diversité de genre.

Malgré ces avancées législatives, les dernières années ont été marquées, au niveau national, par une hausse du harcèlement, des menaces et des violences à l'encontre des communautés 2ELGBTQIA+, la majorité de ces actes ayant été dirigés vers des personnes trans et ayant une diversité de genre ([Dietzel et coll., 2023](#)). En 2023, le gouvernement de la Saskatchewan a invoqué la disposition de dérogation (« clause nonobstant ») pour passer outre certains articles de la Charte canadienne des droits et libertés et adopter le projet de loi 137, rendant le consentement parental obligatoire avant qu'un enfant de moins de 16 ans puisse utiliser « un nom ou un pronom lié à un genre différent » à l'école ([Hunter, 2023](#)). Le Nouveau-Brunswick a introduit un mandat similaire avec la politique 713, qui a ensuite été remise en cause devant les tribunaux ([Ibrahim, 2023](#)). Plus tôt cette année, le gouvernement de l'Alberta a annoncé son intention de mettre en œuvre un certain nombre de politiques limitant les droits des jeunes trans et ayant une diversité de genre, notamment en interdisant l'accès à des soins d'affirmation du genre. Parmi ces propositions figure également une politique qui exige aux parents de « donner leur accord pour leur enfant » chaque fois que les éducateurs prévoient enseigner l'identité de genre, l'orientation sexuelle ou la santé sexuelle ([French, 2024](#)), des sujets qui concernent tout le monde, peu importe l'identité.

Des dizaines d'années de recherche ont démontré que les médias façonnent et sont façonnés par les normes sociales, les perceptions et les comportements (Croteau et Hoynes, 2003 ; [Levina et coll., 2000](#) ; Massood et coll., 2021). Comment les histoires sont racontées, et qui les raconte, a de l'importance. Si les seules histoires diffusées sur les écrans canadiens portent sur les traumatismes et les peurs des personnes 2ELGBTQIA+, ce sont alors ces récits qui sont au premier plan dans l'esprit des membres de la famille, des électeurs et électrices, et des décideurs et décideuses politiques.

Une personne interrogée propose une alternative libératrice :

« Le jour où [mon grand-père et ma tante] ont vu que tout le monde me voyait comme un homme, toute leur nervosité a disparu. Plus une seule fois ils se sont trompés de genre, n'ont prononcé mon ancien nom ou se sont sentis mal à l'aise en public. **C'est la perception sociale qui pousse les familles à rejeter les personnes.** C'est pourquoi il est si important de changer les récits. Nous avons besoin que nos familles sachent que nous irons bien, que nous serons plus heureux, que nous serons plus forts, que nos relations seront meilleures. Nous avons besoin de briser le mythe selon lequel nos vies seront misérables. Lorsque nous pouvons exister, tout simplement, et que la peur disparaît, c'est magnifique. C'est la chose la plus belle qui soit.

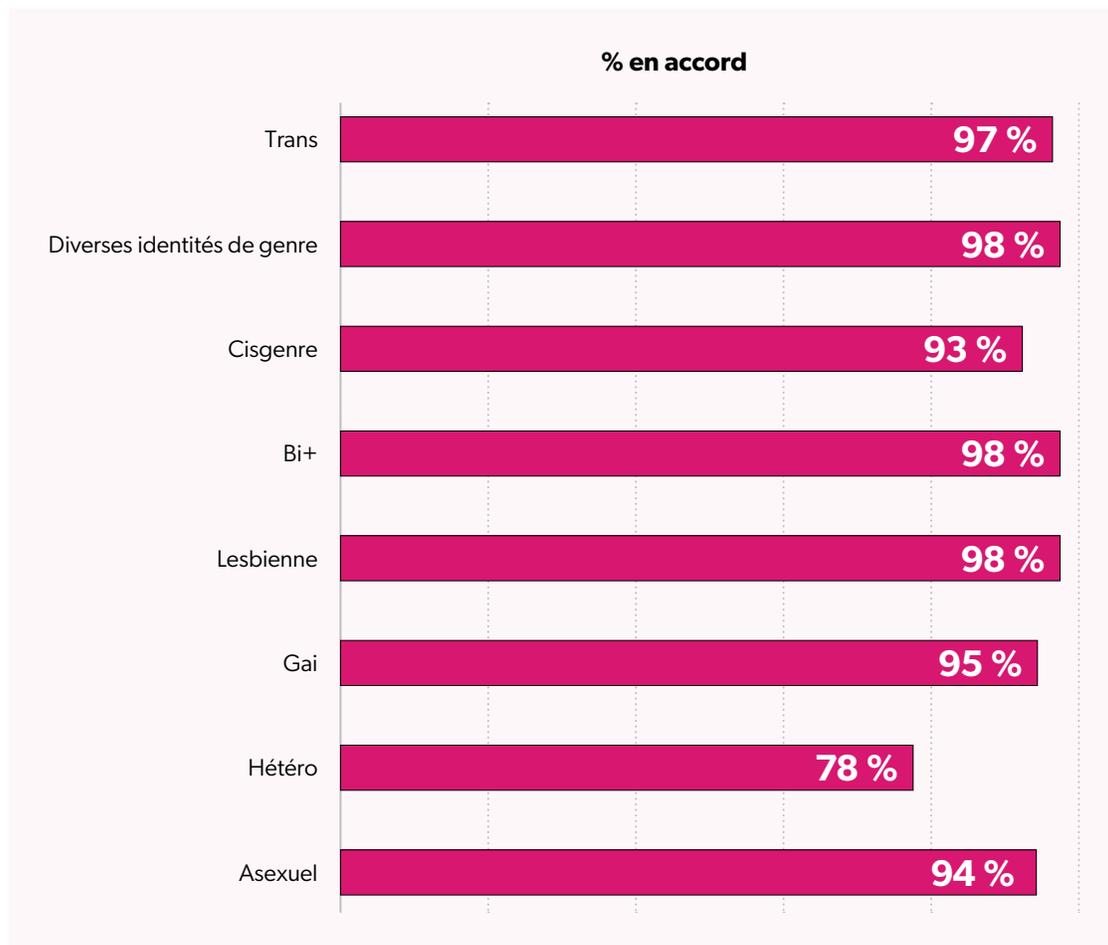
—**Entretien avec une partie intéressée**, producteur, scénariste et réalisateur de films

Grâce aux résultats de recherches quantitatives et qualitatives, le *Pink Paper* de PTP révèle que les histoires racontées par les industries canadiennes des médias offrent une fenêtre étendue sur l'immensité des expériences vécues. L'histoire ci-dessus n'est pas la seule, mais elle constitue un puissant contrepoids aux récits que l'on voit souvent sur les écrans canadiens. Elle remet en question la rhétorique erronée et préjudiciable qui met en danger les Canadiens dans tout le pays. Les histoires ordinaires, joyeuses et authentiques de personnes 2ELGBTQIA+ jouent un rôle essentiel dans l'acceptation. Ces histoires sont tout aussi cruciales aujourd'hui que dans le passé.

## 2.2 Représentation et image transmise



*Presque à l'unanimité, les professionnels croient qu'il est extrêmement important pour eux que des personnes 2ELGBTQIA+ soient représentées au cinéma, à la télévision, sur les plateformes de diffusion en continu et dans les jeux vidéo au Canada.*



### La représentation des personnes 2ELGBTQIA+ est extrêmement importante

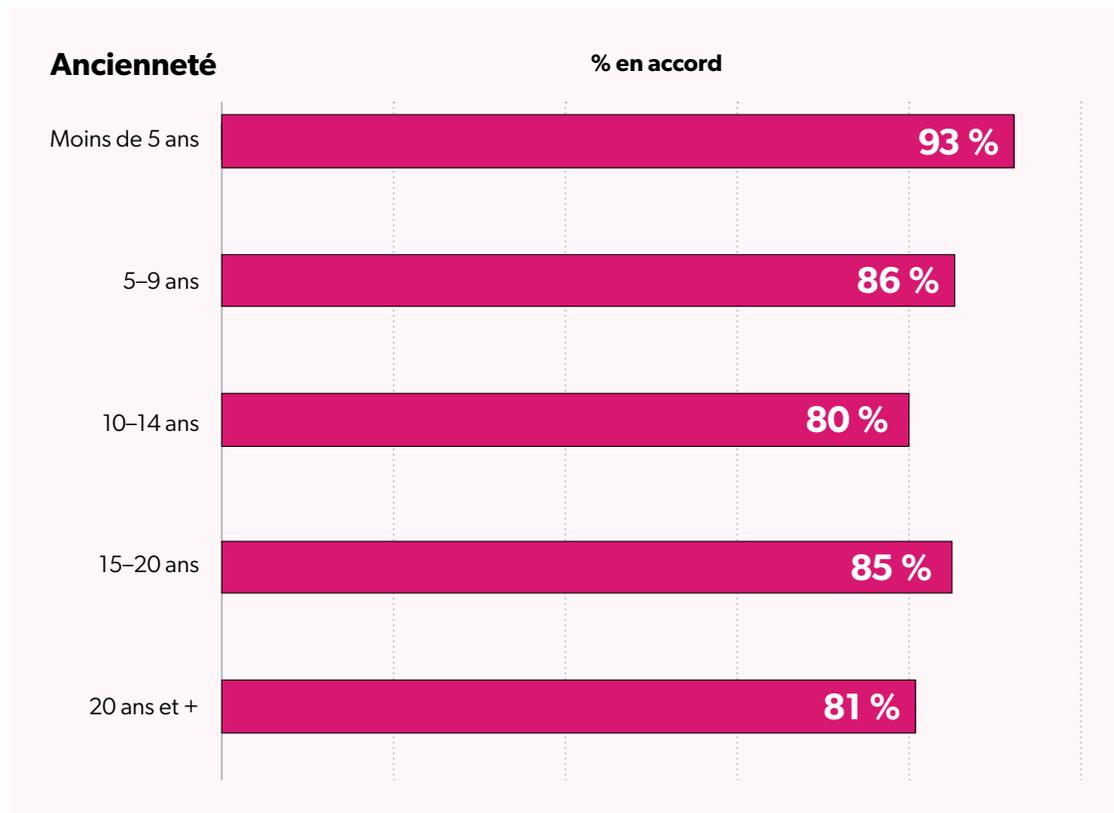
Bien que les personnes hétérosexuelles interrogées soient moins susceptibles d'être d'accord, **plus des trois quarts** (78 %) déclarent toujours que la représentation des personnes 2ELGBTQIA+ est **extrêmement importante pour elles**.

Ces résultats sont importants, car ils remettent en cause l'hypothèse selon laquelle les personnes cis ou hétérosexuelles ne sont pas ouvertes aux histoires 2ELGBTQIA+. Notre étude révèle que l'un des obstacles perçus à cette représentation est la nature prudente des décideurs et décideuses des médias. Selon eux, la représentation des personnes 2ELGBTQIA+ risquerait d'avoir un impact sur l'auditoire. **Ces données révèlent que le public que l'on imagine est en grande partie un mythe. Une grande majorité des personnes interrogées estime que la représentation à l'écran est essentielle.**

## Malgré les efforts déployés pour améliorer la diversité, les personnages 2ELGBTQIA+ demeurent sous-représentés sur les écrans canadiens



*Quelle que soit leur identité, 85 % des professionnels de l'industrie croient que la représentation et l'image transmise des personnes 2ELGBTQIA+ à l'écran se sont améliorées au cours des cinq dernières années.*



### La représentation à l'écran s'est améliorée

L'ancienneté influence l'attitude des professionnels à l'égard de l'amélioration. Les professionnels ayant moins de cinq années d'expérience sont les plus enclins à croire que la représentation des personnes 2ELGBTQIA+ s'est améliorée (93 %), tandis que ceux ayant plus d'ancienneté dans l'industrie sont moins disposés à observer une amélioration. Ces chiffres traduisent peut-être certaines des occasions et des frustrations vécues à divers moments d'une carrière.

« À l’heure actuelle, la situation est mieux qu’avant. Nous sommes davantage représentés dans les scénarios. Auparavant, il n’y avait aucune représentation, sauf peut-être une caricature de ce que nous pensons être une femme ou un homme gai. Pendant longtemps, il n’y a eu que ça, et même cela était rare. On trouvait toujours la même blague facile : le gai meurt. La communauté queer servait à cela dans les films : elle apportait un peu d’humour ou avait un rôle « jetable ». **Il reste du chemin à faire, mais le changement est en train de se produire.**

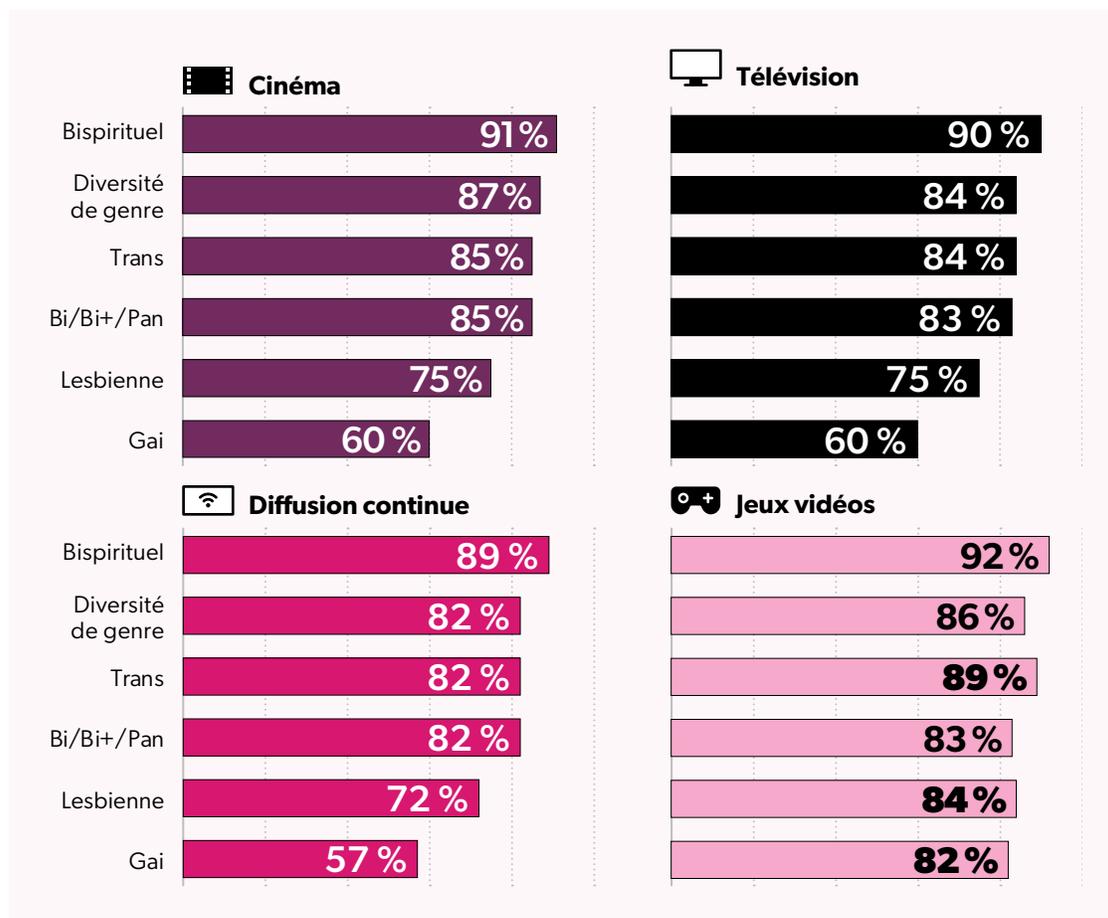
— **Entretien avec une partie intéressée**, acteur

« Le climat est plus réceptif. Si l’on revient aux années 2000, lorsque j’ai commencé à travailler, c’était beaucoup plus difficile. Je ne reçois plus de notes suggérant « ne serait-ce pas mieux si cette personne était hétéro? » ou « ne serait-ce pas mieux si nous n’avions pas de baiser gai? » ou « ne serait-ce pas mieux si les lesbiennes étaient en arrière-plan? ». Depuis le début de ma carrière, la situation actuelle est la meilleure que j’ai connue.

— **Entretien avec une partie intéressée, Ian Iqbal Rashid**, scénariste et réalisateur

Le cinéma, la télévision, la diffusion en continu et les jeux vidéo ont fait d’importants progrès vers une plus grande inclusion. Les données quantitatives et les sentiments partagés par les parties intéressées témoignent des efforts déployés pour représenter les identités 2ELGBTQIA+ à l’écran. Il y a lieu d’être fier de ces progrès. Cependant, ces recherches rappellent également à quel point la représentation des personnes 2ELGBTQIA+ était inexacte, absente ou préjudiciable il y a à peine cinq ans.

***Malgré les améliorations, les identités des personnages 2ELGBTQIA+ sont encore fortement sous-représentées dans les médias canadiens. 3 professionnels sur 4 pensent également que l’industrie canadienne des médias ne s’intéresse qu’à un seul groupe sous-représenté à la fois.***

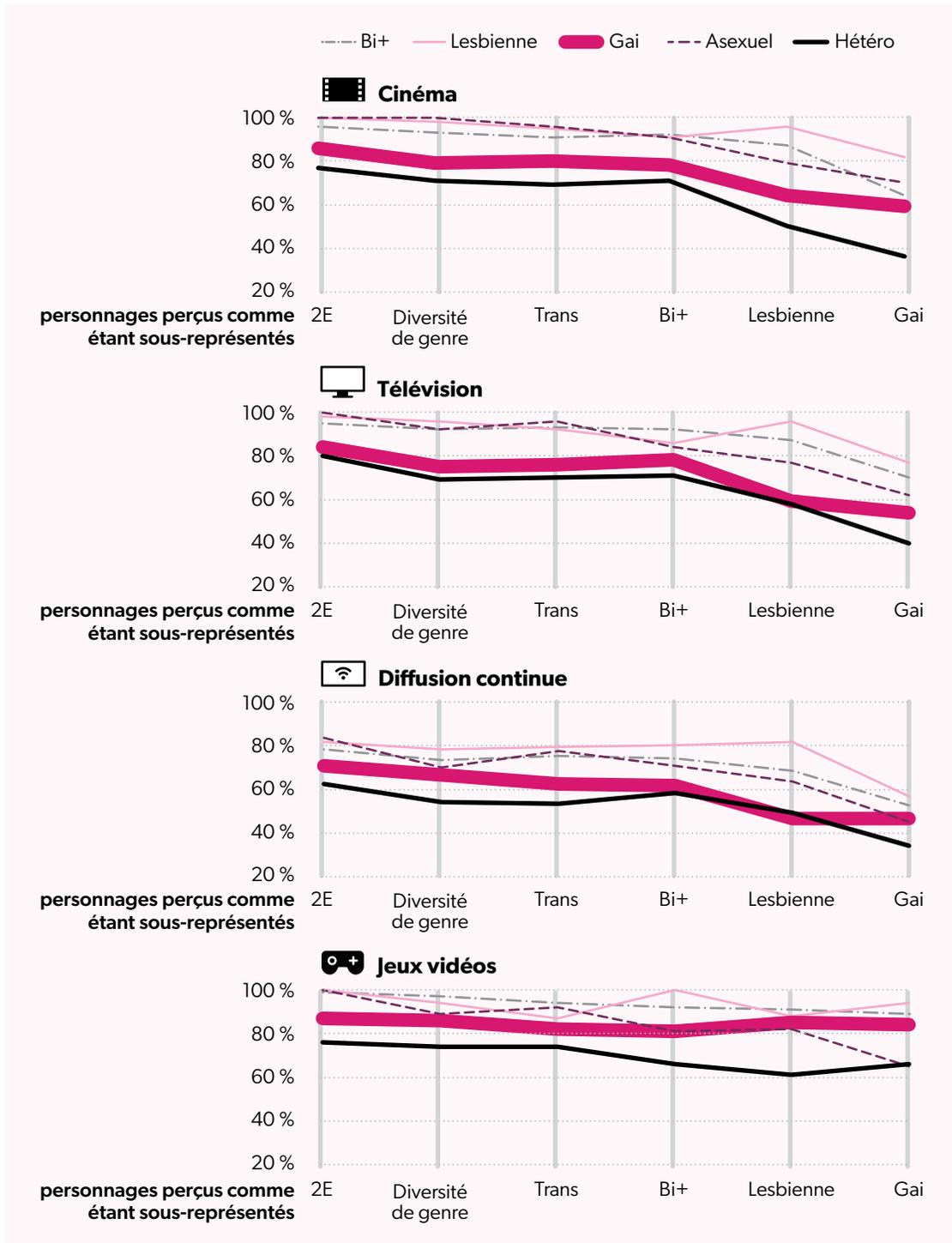


### Sous-représentation des identités 2ELGBTQIA+

Dans toutes les industries, les personnes bispirituelles, trans et ayant une diversité de genre sont considérées comme les identités 2ELGBTQIA+ les plus sous-représentées. Les hommes gais sont considérés comme les moins sous-représentés. Un point de divergence est l'industrie du jeu vidéo, où les hommes gais sont considérés comme presque aussi sous-représentés que les lesbiennes.

En raison de l'absence de personnages intersexes et asexuels dans les grands médias canadiens, les professionnels n'ont pas été interrogés sur leur perception de la représentation des personnes intersexes et asexuelles. Un récent rapport de GLAAD révèle que les personnages asexuels commencent à peine à être vus à la télévision américaine et que les personnages intersexes restent totalement absents (GLAAD, 2023). Même en dehors des réseaux de diffusion et des éditeurs grand public, il est difficile de trouver des œuvres mettant en scène des personnages intersexes et asexuels. Délibérément faire place à des récits 2ELGBTQIA+ qui se concentrent sur des identités sous-représentées peut favoriser une meilleure sensibilisation. Il s'agit là d'une question bien définie pour des recherches et travaux à venir.

**L'un des résultats notables de la présente étude est que les hommes gais sont moins susceptibles de percevoir une sous-représentation des identités 2ELGBTQIA+ à l'écran.**

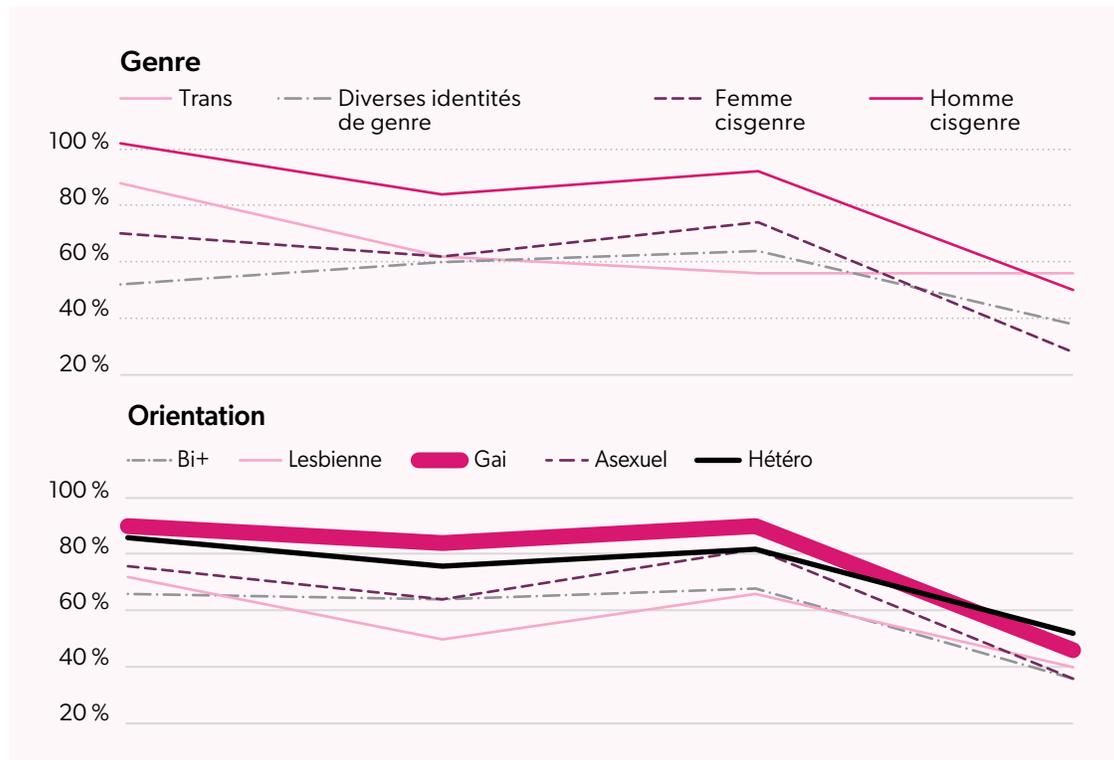


### Perception de la sous-représentation par identité

Alors que les personnes hétérosexuelles interrogées sont moins susceptibles d'observer une sous-représentation, les opinions des professionnels gais s'alignent davantage sur les personnes hétérosexuelles interrogées que sur les lesbiennes et les personnes asexuelles ou bi+ ayant répondu au sondage. Notamment, les hommes gais sont universellement considérés comme l'identité 2ELGBTQIA+ la moins sous-représentée, ce qui suggère une corrélation entre les privilèges et la perception de la marginalisation. **Cet écart de perception est l'une des principales conclusions de ce rapport et souligne le besoin de tenir des conversations qui favorisent la solidarité et un plus grand rapprochement entre les hommes gais et les autres identités 2ELGBTQIA+.**

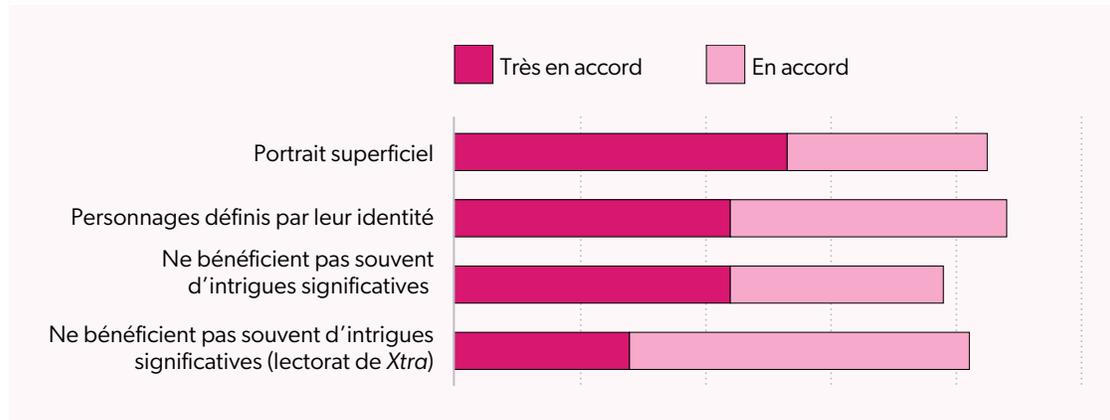
## Les images transmises sont perçues comme inexactes et inauthentiques

*Moins de 2 professionnels de l'industrie sur 5 estiment que les images transmises actuellement sont exactes, beaucoup les déclarant réduites à un symbole, stéréotypées ou, au mieux, superficielles.*



### Perceptions de l'exactitude de la représentation des personnes 2ELGBTQIA+

Par comparaison aux hommes cis, les femmes cis et les personnes participantes ayant une diversité de genre perçoivent davantage d'imprécisions dans la représentation 2ELGBTQIA+ à travers les médias canadiens. Par ailleurs, les hommes gais sont plus enclins que tout autre groupe, même les hétérosexuels, à dire que la représentation 2ELGBTQIA+ est précise. **Une fois de plus, les recherches mettent en évidence un écart de perception important entre les hommes gais et les autres professionnels 2ELGBTQIA+.**



### Imprécision de la représentation

85 % des professionnels de l'industrie estiment que la représentation des personnes 2ELGBTQIA+ dans les médias canadiens a tendance à être superficielle. Une forte majorité trouve que les personnages 2ELGBTQIA+ sont souvent définis par leur identité de genre ou leur orientation sexuelle (88 %). Dans les deux cas, nous constatons un rapprochement étroit entre les personnes interrogées 2ELGBTQIA+ et cisgenres hétérosexuelles.

Lorsque des personnages 2SLGBTQIA+ sont présents à l'écran, ils ne sont pas perçus comme ayant des histoires significatives. Cette impression est fortement ressentie par les personnes interrogées 2ELGBTQIA+ (83 %) et cisgenres hétérosexuels (71 %). 82 % des personnes ayant participé au sondage mené auprès des lecteurs de Xtra sont également d'accord que les personnages 2ELGBTQIA+ n'ont pas souvent d'histoires significatives.

« Montrez-nous comme des êtres humains avec des vies complexes, des espoirs et des émotions. Nous sommes soit des plantes d'intérieur sans sexe, soit des stéréotypes. **On a l'impression que la représentation des 2ELGBTQ dans les médias est souvent destinée aux personnes hétérosexuelles.**

—Lecteur de Xtra, homme gai

Ces résultats sont corrélés. Les personnages superficiels qui sont définis par leur identité 2ELGBTQIA+ sont moins susceptibles de se voir attribuer des arcs narratifs et un développement significatifs. Par conséquent, les représentations semblent unidimensionnelles et ne reflètent pas fidèlement l'expérience vécue par les personnes 2ELGBTQIA+.

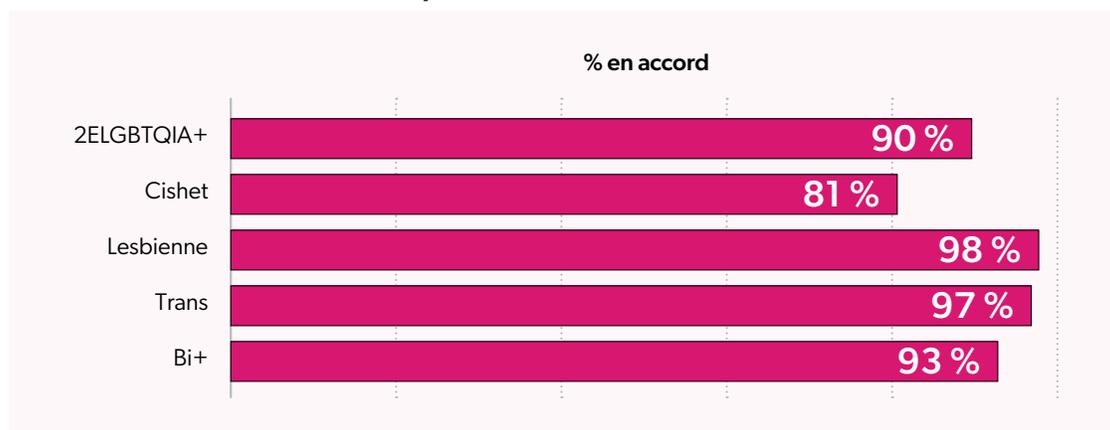


**84 % des professionnels du secteur des médias croient que les films, la télévision et les programmes de diffusion en continu canadiens s'appuient sur des clichés et des stéréotypes des gens 2ELGBTQIA+.**

Il s'agit notamment, parmi beaucoup d'autres, du « meilleur ami gai », du « bisexuel aux mœurs légères » et du cliché « enterrez vos gais » voulant que les personnages 2ELGBTQIA+ meurent fréquemment pour faire avancer l'intrigue d'un personnage hétérosexuel. Les images transmises superficielles et préjudiciables dues à l'utilisation de ces clichés et stéréotypes contribuent probablement au manque de représentations exactes des identités 2ELGBTQIA+.



**Il est largement reconnu que la représentation des personnes 2ELGBTQIA+ dans les films canadiens est axée sur les traumatismes. 88 % des professionnels du secteur des médias sont d'accord avec cette affirmation et 41 % sont tout à fait d'accord.**



### Les films 2ELGBTQIA+ mettent l'accent sur les traumatismes

Les récits traumatiques sont ceux qui mettent l'accent sur les luttes, les tourments et l'angoisse des personnages 2ELGBTQIA+. Il s'agit notamment d'histoires qui mettent en scène des abus, des agressions et du harcèlement, ainsi que des formes

de violence plus systémiques et institutionnelles telles que les microagressions, les politiques juridiques discriminatoires et d'autres menaces à l'encontre de l'identité et de l'expression.

Les lesbiennes (98 %) et personnes trans (97 %) ayant répondu s'accordent presque unanimement sur le fait qu'il s'agit des récits dominants dépeints dans les films. Si les personnes 2ELGBTQIA+ interrogées (90 %) sont plus nombreuses à être d'accord, les personnes cisgenres hétérosexuelles interrogées le sont également à une écrasante majorité (81 %). **Ce résultat est important, car il révèle que les films canadiens naturalisent l'idée que le traumatisme fait partie intégrante de la vie des personnes 2ELGBTQIA+.**

Comme le montre la présente étude, la représentation à l'écran influence la compréhension et l'acceptation du public. Les récits traumatiques indiquent aux publics 2ELGBTQIA+ et cisgenre hétérosexuel que les vies des personnes 2ELGBTQIA+ se terminent en tragédie, fournissant ainsi une justification institutionnelle à l'acceptation de la violence anti-2ELGBTQIA+. Les personnes ayant participé à l'étude évoquent souvent le besoin d'aller au-delà du traumatisme dans les récits pour modifier non seulement la perception qu'un public cisgenre hétérosexuel a des personnes 2ELGBTQIA+, mais aussi celle que les personnes 2ELGBTQIA+ ont d'elles-mêmes. Comme le fait remarquer l'une des personnes interrogées, la naturalisation des récits de traumatisme des personnes 2ELGBTQIA+ suggère à tort que les personnes 2ELGBTQIA+ ne peuvent pas vivre des vies intenses, intéressantes et joyeuses. Cela limite les occasions que les personnes 2ELGBTQIA+ envisagent pour elles-mêmes.

### **Films canadiens**

Les productions cinématographiques canadiennes mettent souvent l'accent sur les longs métrages réalisés par des entreprises de production indépendantes. Téléfilm Canada joue un rôle clé dans le financement des films canadiens. L'année dernière, la société d'État a administré 158,7 millions de dollars de fonds. Les coproductions internationales, en particulier avec les États-Unis, restent un élément important de l'industrie cinématographique canadienne, car elles fournissent aux producteurs canadiens les fonds nécessaires à la réalisation de projets de plus grande envergure. Selon un article de CBC News, bien que beaucoup de choses aient changé depuis les années 1990, peu de salles de cinéma canadiennes présentent du contenu 2ELGBTQIA+. Par conséquent, les festivals 2ELGBTQIA+ restent l'un des rares moyens permettant au public de se rassembler et de visionner des films 2ELGBTQIA+ ([Knegt, 2016](#)).

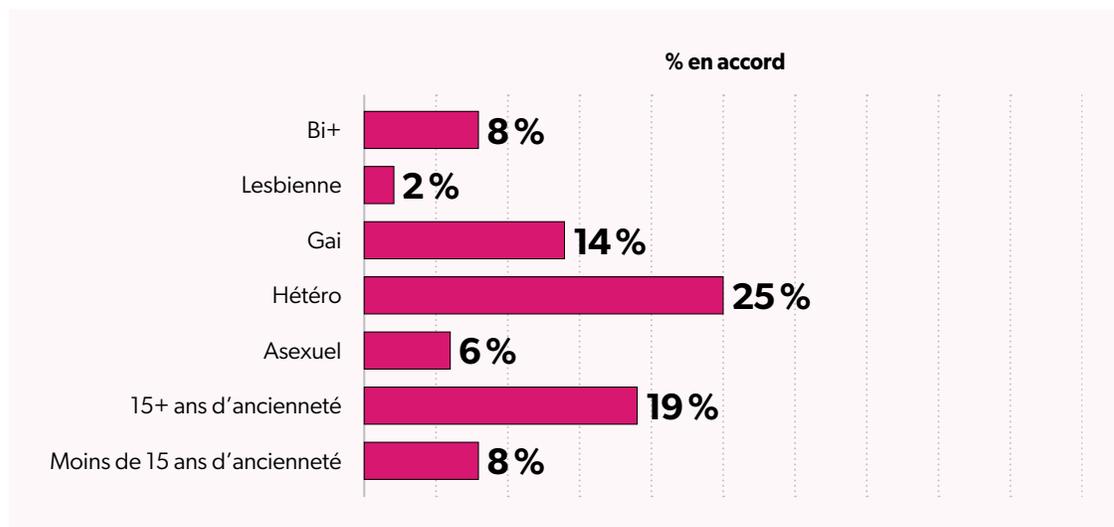
« Beaucoup de personnes non queer racontent ou essaient de raconter nos histoires, mais il y a aussi des cinéastes queer qui répètent ce schéma de narration, car c'est ainsi que nous avons appris à nous voir et c'est ce que nous pensons pouvoir offrir. Je pense qu'une grande partie de nos traumatismes et de nos difficultés sont liés à la façon dont les films nous ont définis. L'important n'est pas seulement d'informer les personnes extérieures à la communauté. Ces films nous disent aussi qui nous sommes et comment nous devons être, que nous ne sommes rien et que nous méritons de mourir ou d'être victimes de crime, entre autres. Nous n'avons pas l'occasion de voir des représentations réelles et positives. Il y a un besoin non seulement d'empêcher les personnes externes à notre communauté de raconter des histoires sur nous, mais aussi de faire prendre conscience des façons comment nous avons appris à nous percevoir, à parler de nous et à raconter nos histoires.

— **Entretien avec une partie intéressée**, producteur, scénariste et réalisateur de films

## Le public veut une représentation authentique et significative des personnes 2ELGBTQIA+

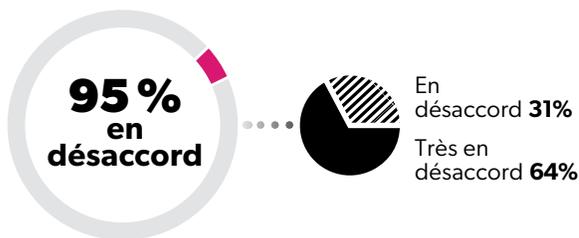


*Seuls 13 % des professionnels du secteur des médias estiment que l'on accorde trop d'importance à la représentation des personnes 2ELGBTQIA+ dans les médias canadiens. 60 % ne sont pas du tout d'accord avec cette affirmation et 87 % ne sont pas vraiment d'accord.*



### Les médias canadiens accordent trop d'importance à la représentation des personnes 2ELGBTQIA+

Les personnes trans interrogées sont unanimement en désaccord avec l'idée que les médias canadiens mettent trop l'accent sur la représentation des personnes 2ELGBTQIA+ (0 %) et seulement 2 % des lesbiennes sont d'accord. Si 25 % des personnes hétérosexuelles interrogées sont de cet avis, la grande majorité n'est pas d'accord.



**Les médias canadiens accordent trop d'importance à la représentation des personnes 2ELGBTQIA+ (lecteurs et lectrices de Xtra)**

Seuls 5 % des lecteurs et lectrices de Xtra sondés croient que l'on accorde trop d'importance à la représentation des personnes 2ELGBTQIA+. La quasi-totalité n'est pas d'accord (95 %), et 64 % des personnes participantes indiquent ne pas du tout être d'accord. Ces résultats suggèrent que les personnes participantes

2ELGBTQIA+ ne croient pas du tout que les industries canadiennes des médias ont suffisamment mis l'accent sur la représentation des personnes 2ELGBTQIA+.



**9 professionnels du secteur des médias sur 10 sont d'accord que le public canadien veut voir des personnages 2ELGBTQIA+ authentiques. 6 sur 10 sont tout à fait d'accord.**

Il est presque universellement reconnu que le public canadien veut que la représentation des personnes 2ELGBTQIA+ sur leurs écrans soit authentique. Ce sentiment est communément partagé à travers tous les postes dans l'industrie, y compris les équipes de direction, de réalisation, de scénarisation et de développement. **L'une des principales conclusions de la présente étude est que la représentation authentique des personnes 2ELGBTQIA+ exerce un attrait considérable sur le public. Donner le feu vert au contenu 2ELGBTQIA+ et le soutenir peut donc stimuler l'auditoire, les recettes publicitaires et les ventes.**

## 2.3 Pleins feux sur l'industrie : Jeux vidéo

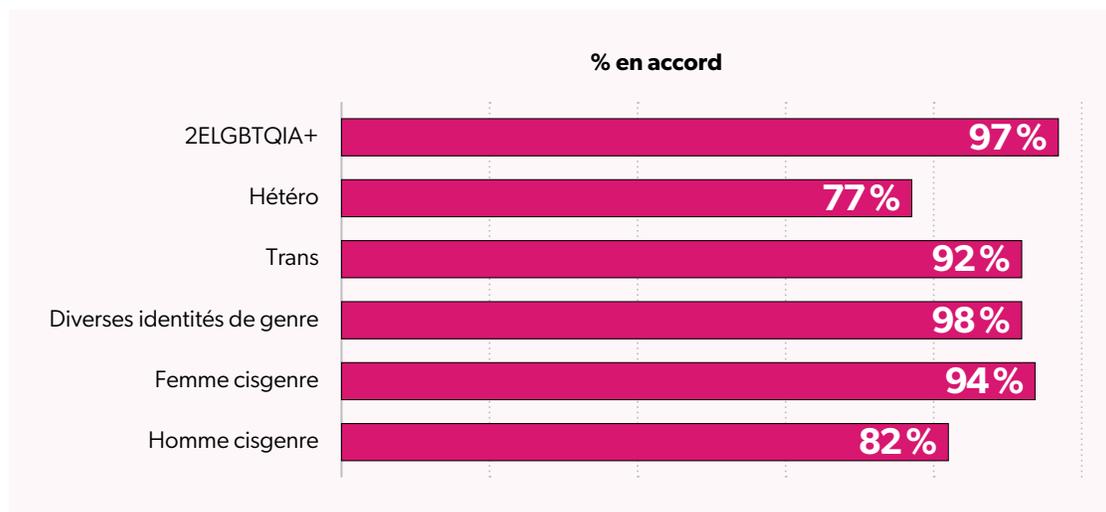
Le Canada est le troisième producteur mondial de jeux vidéo, dépassé seulement par les États-Unis et le Japon. Selon un rapport de 2021 de l'Association canadienne du logiciel de divertissement (ALD), le pays accueille plus de 900 entreprises de jeux vidéo (dont 75 % sont détenues par des Canadiens) qui contribuent pour plus de 5,5 milliards de dollars au PIB (ALD, 2021). Grâce à sa portée mondiale, l'industrie offre aux Canadiens une occasion exceptionnelle de façonner le paysage de la représentation des personnes 2ELGBTQIA+ dans les jeux.

Les jeux vidéo ont un pouvoir unique. Pour les joueurs 2ELGBTQIA+ en particulier, les jeux offrent un espace d'expression et de découverte de soi leur permettant d'explorer des identités, des sexualités et des genres différents. Or, les jeux vidéo et la culture des joueurs qui les entoure sont souvent hostiles à quiconque ne fait pas partie d'un public imaginaire constitué d'hommes blancs, hétérosexuels et cisgenres (Ruberg 2019). La discrimination et le harcèlement sont omniprésents dans la culture du jeu vidéo, comme l'a montré la campagne de haine réactionnaire connue sous le nom de GamerGate, qui a ciblé les femmes de l'industrie en 2014. Plus près de nous, la société de conseil Sweet Baby Inc., basée à Montréal, a récemment subi l'ire des joueurs pour son travail sur la diversité, l'inclusion et la narration de récits authentiques. Face aux menaces violentes et à la désinformation, les développeurs de jeux vidéo qui ont travaillé avec Sweet Baby ont soutenu l'entreprise ([Ore, 2024](#)).

Les perceptions de l'industrie du jeu vidéo changent rapidement à mesure que les jeux continuent d'entrer dans la culture grand public. **Aujourd'hui, 3 Canadiens sur 5, plus de 23 millions de personnes dans le pays, jouent à des jeux vidéo** ([ALD, 2020](#)). Malgré ce nombre très important, peu de recherches ont été menées sur l'identité de ces joueurs canadiens et sur ce qu'ils souhaitent voir, notamment en matière de représentation des personnes 2ELGBTQIA+. La présente section du rapport offre des renseignements déterminants qui peuvent aider les développeurs de jeux vidéo de toute taille à prioriser les contenus auxquels leur public veut jouer.



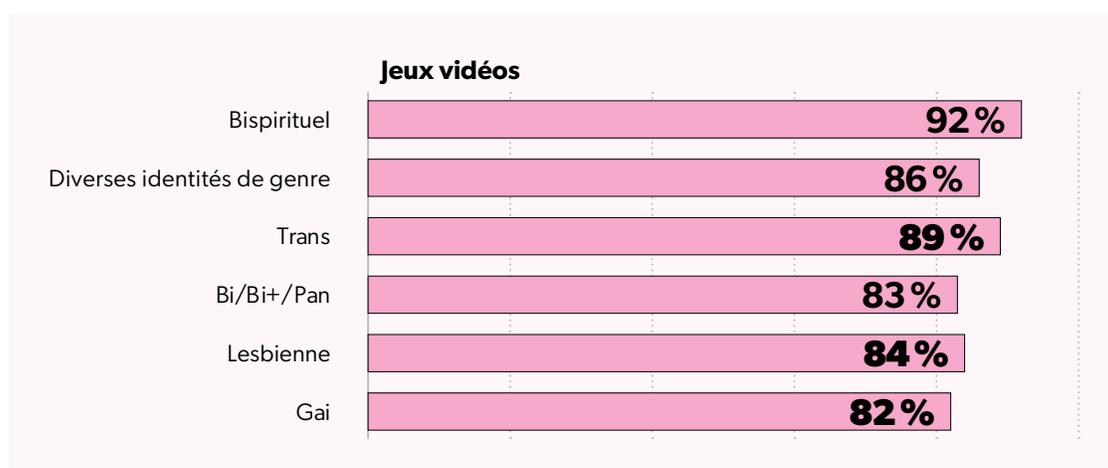
**91 % des professionnels du jeu vidéo croient que la représentation des personnes 2ELGBTQIA+ est nécessaire dans les jeux vidéo. La plupart des personnes interrogées sont convaincues de l'importance de cette représentation (77 %).**



### La représentation 2ELGBTQIA+ est nécessaire dans les jeux vidéo

Alors qu'un pourcentage plus élevé des répondants est d'accord avec cette affirmation parmi les femmes cis, les personnes trans et les personnes ayant une diversité de genre, plus de 80 % des hommes cis pensent également que la représentation des personnes 2ELGBTQIA+ est nécessaire. Les personnes 2ELGBTQIA+ interrogées (97 %) sont plus enclines à être d'accord que les personnes hétérosexuelles (77 %), mais là encore, nous constatons un accord indéniable entre les identités.

**87 % des professionnels du jeu vidéo croient que la représentation 2ELGBTQIA+ s'est améliorée au cours des 5 dernières années, un pourcentage plus élevé que dans toute autre industrie. Malgré cette évolution, plus de 80 % des professionnels du jeu vidéo estiment que toutes les identités 2ELGBTQIA+ restent considérablement sous-représentées.**



### Inégalité de la représentation dans les jeux vidéo

Les professionnels constatent que les niveaux de sous-représentation des personnages bispirituels, trans, ayant une diversité de genre et bi+ dans les jeux vidéo sont similaires aux niveaux vus dans d'autres industries. Un point de divergence majeur est que les hommes gais (82 %) sont presque aussi susceptibles d'être considérés comme sous-représentés que les personnages bi+ (83 %) et les lesbiennes (84 %). L'inégalité de la représentation des personnes 2ELGBTQIA+ se fait moins sentir ici que dans d'autres industries, car toutes les identités sont considérées comme largement sous-représentées.

Il est important de noter que l'inclusion de personnages 2ELGBTQIA+ dans les jeux vidéo ne s'est pas toujours faite à travers une représentation authentique. Les personnes participantes à l'étude font remarquer que les lesbiennes, en

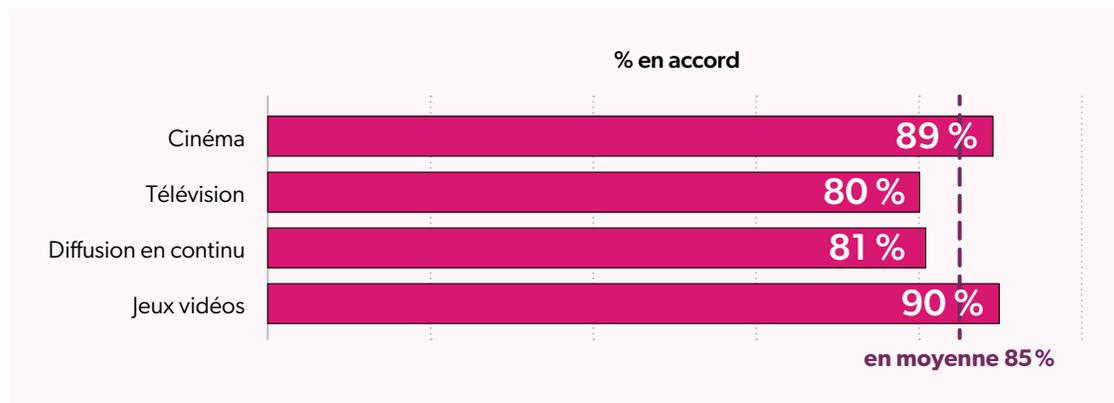
particulier, ont été historiquement des personnages hypersexualisés et représentés à travers le regard masculin, dans le but de titiller un auditoire présumé d'hommes hétérosexuels. La sexualité devient alors une forme de chosification. Si l'industrie commence à représenter les personnages 2ELGBTQIA+ de manière moins préjudiciable et plus authentique, il reste un travail considérable à accomplir pour démonter des décennies de stéréotypes et de représentations réductrices.

« Un phénomène que nous avons observé au cours des 20 dernières années est qu'il y a des personnages qui sont des femmes lesbiennes, mais pas parce que le jeu a été fait *pour* les femmes lesbiennes. Dans l'espace du jeu vidéo, il a fallu plus de temps pour voir des hommes gais que des femmes lesbiennes. Du fait que dans les entreprises de jeux vidéo, et surtout dans les rôles décisionnels, on trouvait surtout des hommes hétérosexuels, **la représentation ne partait pas forcément d'une bonne intention**. Il s'agissait plutôt d'un fantasme.

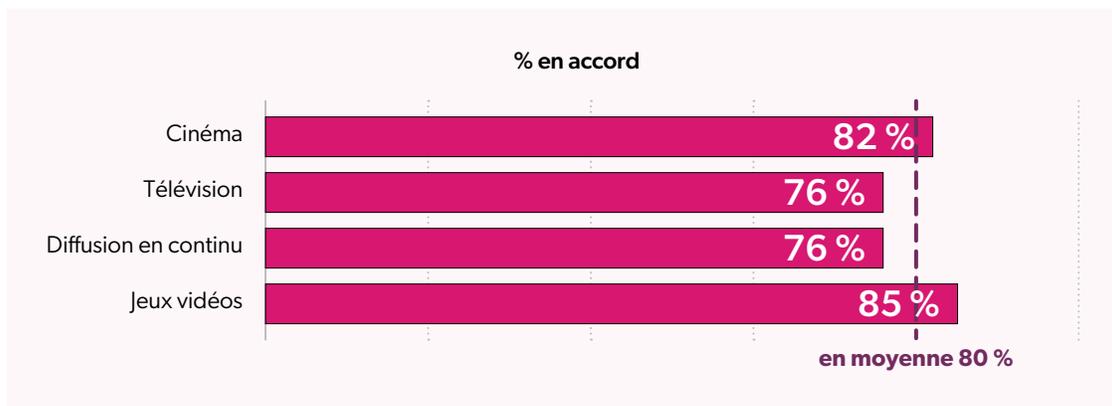
—Entretien avec une partie intéressée, **Chloé Lussier**,  
PDG d'une entreprise de jeux vidéo



**Seulement 22 % des professionnels croient que la représentation des personnes 2ELGBTQIA+ est précise dans les jeux vidéo canadiens, moins que dans toute autre industrie.**

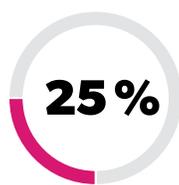


### Représentation superficielle

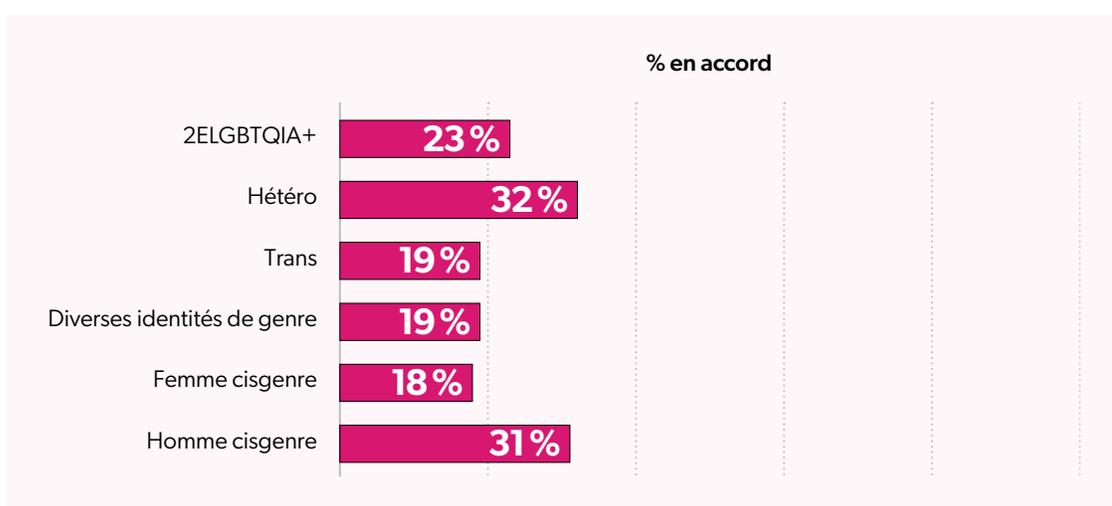


### 2ELGBTQIA+ sans intrigue significative

Les professionnels du secteur du jeu vidéo sont également plus enclins que ceux des autres industries à dire que l’image des personnes 2ELGBTQIA+ transmise dans les médias canadiens est superficielle (90 %) et que les personnages 2ELGBTQIA+ n’ont pas d’intrigues significatives (85 %). Ces résultats suggèrent que la représentation actuelle des personnes 2ELGBTQIA+ est souvent superficielle dans les jeux vidéo.



***La plupart des professionnels pensent que les joueurs ne seront pas dissuadés par la représentation de personnes 2ELGBTQIA+ dans les jeux vidéo. Seuls 25 % sont d’accord que les joueurs ne veulent pas jouer de personnages 2ELGBTQIA+.***



### Les joueurs ne veulent pas jouer de personnages queer

Selon un récent rapport de GLAAD, les développeurs évitent de faire des jeux vidéo axés sur des personnages 2ELGBTQIA+ parce qu'ils supposent que le public ne serait pas intéressé ou serait opposé à cette représentation ([GLAAD, 2024](#)). Nos données révèlent que cette supposée aversion du public n'est pas réelle. Bien que les personnes hétérosexuelles interrogées soient plus susceptibles d'être d'accord avec l'idée que les joueurs ne veulent pas jouer de personnages 2ELGBTQIA+ (32 %) que leurs homologues 2ELGBTQIA+ (23 %), ces résultats suggèrent que la majorité des joueurs ne seront pas découragés par cette représentation. Les femmes cis (18 %) sont le groupe le moins d'accord avec l'idée que les joueurs ne veulent pas jouer de personnages 2ELGBTQIA+, une perception qui peut découler d'un manque général de diversité dans les jeux vidéo. Pendant une grande partie de l'histoire de ce média, les femmes ont joué des personnages dont le genre différait du leur.

L'une des manières comment les jeux vidéo incluent parfois des personnages 2ELGBTQIA+ est la représentation optionnelle. Proposer un éventail de choix de personnalisation d'avatar et de personnages pouvant tisser des liens romantiques avec le joueur donne à ce dernier l'occasion d'explorer les identités 2ELGBTQIA+ dans les jeux vidéo et de se voir à l'écran. Les personnes participant à l'étude s'entendent qu'il s'agit d'un bon premier pas vers la représentation, mais que cela manque souvent de profondeur et de nuances, car les équipes de développement ne peuvent pas réaliser pleinement un nombre infini de récits. En outre, cette approche facultative a été critiquée parce qu'elle fait peser le poids de l'inclusion sur les joueurs sous-représentés eux-mêmes dans des univers de jeu par ailleurs hétéronormatifs (Shaw, 2015). L'intégration d'une représentation plus explicite des personnes 2ELGBTQIA+ parmi les personnages jouables et non jouables est nécessaire pour que la représentation soit significative.

***L'industrie canadienne des jeux vidéo, l'une des plus grandes au monde, a le potentiel d'être à l'avant-garde de la représentation des personnes 2ELGBTQIA+. Les professionnels que nous avons interrogés sont convaincus de la nécessité d'une représentation authentique dans les jeux vidéo.***

Au cours des cinq dernières années, l'industrie a fait des progrès considérables vers une meilleure représentation des personnes 2ELGBTQIA+ dans les jeux vidéo, mais les données révèlent qu'il y a encore beaucoup d'occasions d'amélioration, tant au niveau de la quantité que de la qualité de la représentation. **Les professionnels insistent sur le fait que des jeux avec une représentation 2ELGBTQIA+ plus précise, plus significative et plus complète sont nécessaires.** Ces jeux peuvent jouer un rôle essentiel dans l'acceptation de l'industrie du jeu vidéo et de la culture en général.

« Heureusement, concernant le jeu vidéo, beaucoup de jeux indépendants et de petite production ouvrent la voie au contenu 2ELGBTQIA+. Ça m'a aidée en tant qu'hétéro cis à comprendre et à apprendre.

—**Développeuse de jeux canadienne**, femme cis hétérosexuelle

Aux fins de ce premier rapport, nous avons regroupé tous les secteurs de l'industrie du jeu vidéo, des studios AAA aux développeurs indépendants. Nous reconnaissons qu'en procédant ainsi, nous négligeons certaines nuances essentielles de l'industrie. Il y aurait beaucoup à dire sur les conditions et les occasions d'une représentation authentique des personnes 2ELGBTQIA+ dans les différents secteurs de l'industrie canadienne du jeu vidéo. De futures recherches dans ce domaine pourraient s'avérer très utiles. Nos recherches, bien que non exhaustives, visent à établir un point de référence auquel pourront se mesurer les efforts futurs en faveur d'une représentation authentique des personnes 2ELGBTQIA+.

## 2.4 Résultats clés

- **La représentation est une question de société.** 9 professionnels du secteur des médias sur 10 sont d'accord que la représentation à l'écran favorise la compréhension et l'acceptation des personnes 2ELGBTQIA+ dans la société en général.
- **Toutes les identités 2ELGBTQIA+ sont sous-représentées dans les médias canadiens, mais certaines le sont plus que d'autres.** Les personnes intersexes et asexuelles sont universellement sous-représentées sur les écrans canadiens. Les identités bispirituelles, trans, ayant une diversité de genre et bi+ sont également considérablement sous-représentées.
- **Les opinions des hommes gais correspondent davantage** à celles des répondants **hétérosexuels qu'à celles des autres répondants 2ELGBTQIA+.** Des conversations significatives à l'échelle de l'industrie sont nécessaires pour combler cet écart de perception.
- **Dans l'ensemble, une forte majorité de professionnels de l'industrie trouve que les représentations actuelles des personnes 2ELGBTQIA+ sont réduites à un symbole, superficielles ou inexactes.** Plus de 4 professionnels sur 5 croient que les médias canadiens s'appuient sur des clichés et des stéréotypes préjudiciables. Ces résultats suggèrent que les créateurs et créatrices doivent prendre des mesures importantes pour concevoir des personnages 2ELGBTQIA+ plus significatifs et authentiques.

- **Les films canadiens naturalisent l'idée que les personnes 2ELGBTQIA+ vivent inévitablement des traumatismes.** 88 % des personnes interrogées sont d'accord que les films canadiens se concentrent sur des récits traumatiques, ce qui affecte les perceptions des personnes 2ELGBTQIA+ et non 2ELGBTQIA+.
- **3 professionnels du jeu vidéo sur 4 estiment que la représentation des personnes 2ELGBTQIA+ ne dissuadera pas les joueurs de jouer.** Les professionnels se disent convaincus qu'une représentation 2ELGBTQIA+ ne nuira pas à l'engagement du public et qu'elle pourrait même attirer de nouveaux publics.
- **Le public canadien veut une représentation authentique de la communauté 2ELGBTQIA+.** 9 professionnels du secteur des médias sur 10 s'entendent qu'il existe une demande pour ce type de contenu. Répondre à cette demande peut augmenter l'auditoire, les recettes publicitaires et les ventes.

## 2.5 La télévision en chiffres : analyse du contenu des émissions populaires de la télévision francophone et anglophone

Pour évaluer la représentation actuelle des personnages 2ELGBTQIA+ à la télévision canadienne, nous avons commandé une analyse du contenu des émissions francophones et anglophones populaires. Notre échantillon comptait 134 rôles ayant des dialogues à la télévision francophone et 224 rôles ayant des dialogues à la télévision anglophone. Des notes supplémentaires sur la méthodologie se trouvent dans l'[annexe B](#).

Notre analyse des données porte sur la représentation de l'orientation sexuelle et de l'identité de genre ainsi que sur leurs interactions avec l'origine ethnique et le handicap. Nous analysons également les personnages en fonction de l'importance qui leur est attribuée dans chaque épisode. Pour la télévision scénarisée, le rôle narratif et la dimensionnalité sont également analysés.

Pour faciliter la présentation, la présente analyse utilise le terme « personnage » pour désigner tous les rôles ayant des dialogues, y compris les présentateurs et présentatrices, les personnes participantes, les invités et invitées, ainsi que les personnes interviewés dans le cadre d'émissions non scénarisées.

## Variables

### ***Orientation sexuelle***

Les personnages sont identifiés comme étant gais, lesbiennes, bi+ (bisexuels ou pansexuels), hétérosexuels ou queer, terme que les responsables de la comptabilisation utilisent pour désigner les personnages qui ne sont pas hétérosexuels, mais pour qui le fait qu'ils soient gais, des femmes lesbiennes ou bi/pansexuels n'est pas confirmé. Les drag queens ont été comptabilisées comme étant queer. Aucun personnage n'est identifié comme asexuel.

### ***Identité de genre***

Les personnages sont identifiés comme cis ou trans, où cis se réfère aux individus dont l'identité de genre correspond au sexe qui leur a été assigné à la naissance et trans se réfère aux individus dont l'identité de genre diffère du sexe qui leur a été assigné à la naissance. Le terme « trans » est ici utilisé comme un terme général.

### ***Origine ethnique***

Les personnages sont identifiés comme blancs, noirs, autochtones, asiatiques, hispaniques ou personnes de couleur, ce dernier terme ayant été utilisé pour tenir compte des identités non mentionnées ci-dessus. Les personnages peuvent être comptabilisés comme ayant plusieurs origines ethniques. L'origine ethnique n'est comptabilisée que pour les personnages principaux et secondaires.

### ***Handicap physique***

La présente étude n'inclut que le handicap physique. Le handicap n'est comptabilisé que pour les personnages principaux et secondaires. Une analyse du contenu à grande échelle portant sur la représentation nuancée du handicap parmi les personnages 2ELGBTQIA+ est une piste propice pour de futures recherches intersectionnelles.

### ***Importance***

Chaque personnage s'est vu attribuer l'un des trois niveaux d'importance :

- **Personnages principaux** : ils sont liés à l'intrigue de telle manière que leur suppression aurait un effet important sur l'émission de télévision;
- **Personnages secondaires** : ils enrichissent le récit en y apportant de la profondeur, des conflits, de l'humour ou des idées, mais ils ne sont pas au cœur de l'intrigue;
- **Personnages accessoires** : ils ont des rôles avec des dialogues qui ne servent généralement qu'à des fins pratiques (p. ex., le garçon de café qui sert un verre).

## Rôle

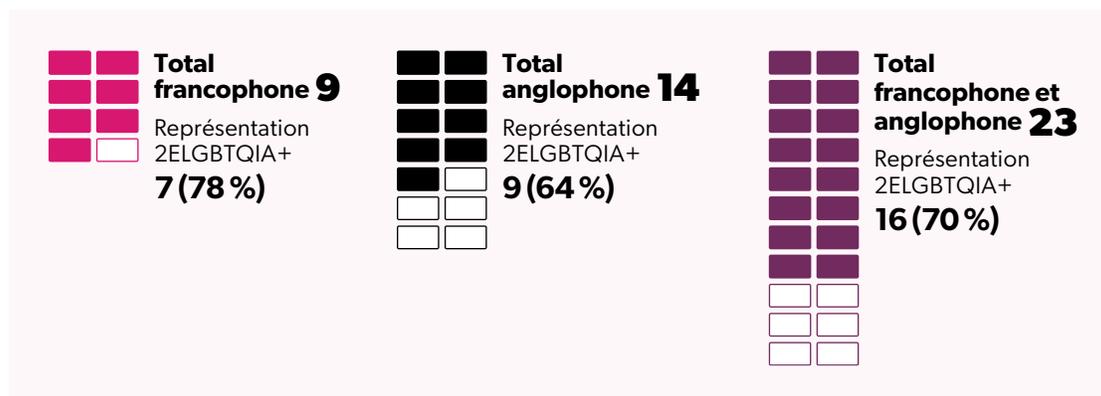
La plupart des personnages principaux et secondaires sont considérés comme des protagonistes, à moins qu'ils ne soient clairement positionnés comme des antagonistes, c'est-à-dire contribuant des conflits à l'émission. Les responsables de la comptabilisation ont utilisé le terme « victime » pour désigner les personnages qui subissent un préjudice ou des adversités, souvent sous l'impulsion d'un personnage antagoniste. Ces personnages sont le plus souvent trouvés dans le genre des drames procéduraux (*procedural drama*).

## Dimensionnalité

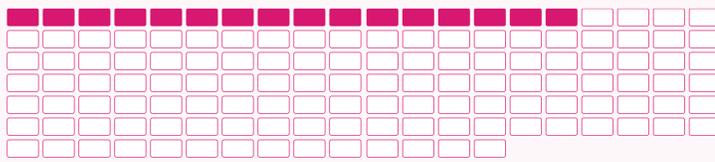
Les personnages sont comptabilisés comme étant soit multidimensionnels, soit unidimensionnels. Les personnages multidimensionnels ont des personnalités complexes et sont au cœur d'intrigues riches. Pour les personnages 2ELGBTQIA+, cela signifie qu'ils sont présentés comme des personnes à part entière avec des intérêts, des aspirations, des défauts et des expériences variés qui vont au-delà de leur identité de genre ou de leur orientation sexuelle. Les représentations multidimensionnelles reflètent toute la gamme des expériences humaines.

À l'inverse, les personnages unidimensionnels manquent de nuances et de complexité. Pour les personnages 2ELGBTQIA+, cela signifie souvent qu'ils sont définis uniquement par leur identité de genre ou leur orientation sexuelle. Les personnages qui adhèrent à des stéréotypes réducteurs et des clichés préjudiciables sont considérés comme étant unidimensionnels, car non seulement ils limitent le potentiel du récit, mais ils renforcent également les idées fausses et les préjugés.

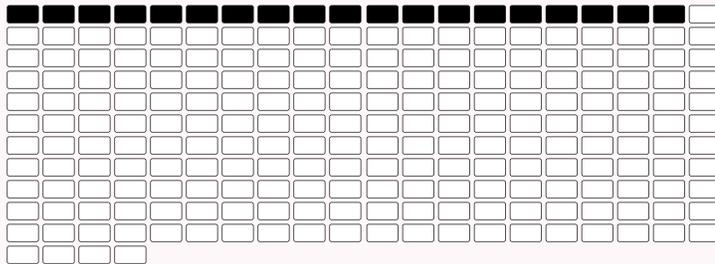
## Résultats



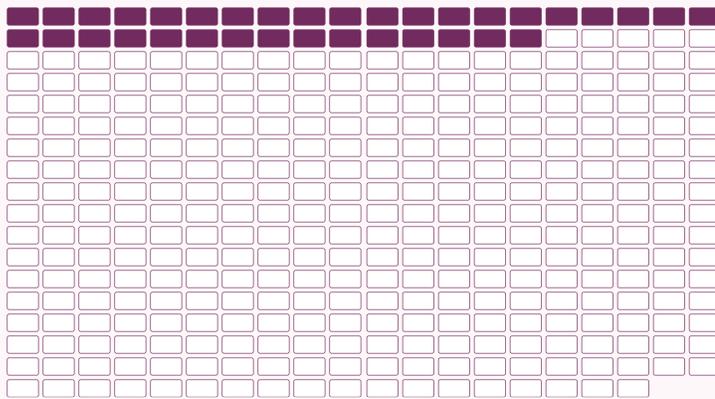
### Programmes avec une représentation 2ELGBTQIA+



**Total francophone 134**  
Représentation 2ELGBTQIA+ **16 (12 %)**



**Total anglophone 224**  
Représentation 2ELGBTQIA+ **9 (8 %)**



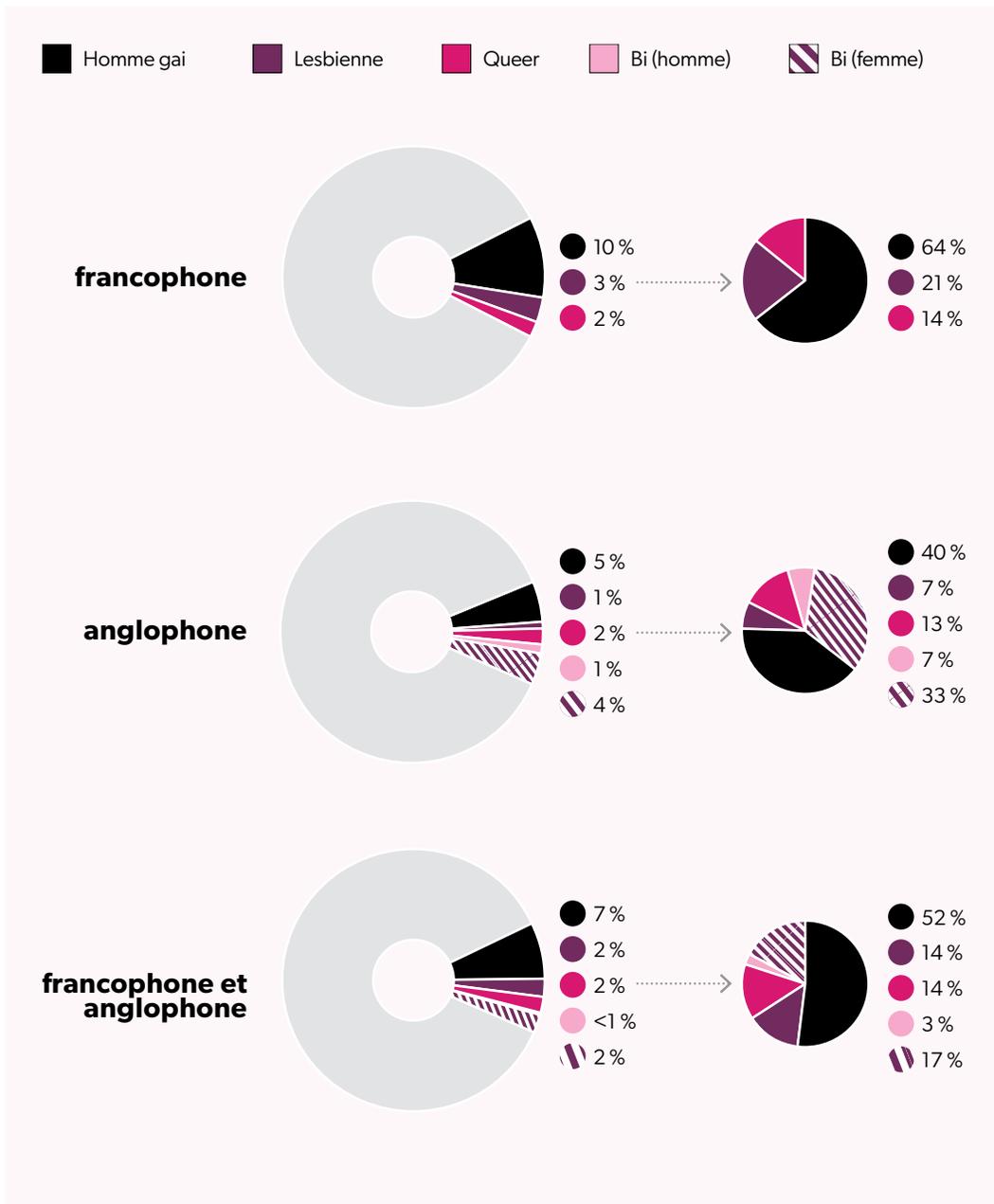
**Total francophone et anglophone 358**  
Représentation 2ELGBTQIA+ **35 (10 %)**

## Représentation des personnes 2ELGBTQIA+ à la télévision

***73 % des émissions télévisées canadiennes les plus populaires comprennent des personnages 2ELGBTQIA+, ce qui montre que la représentation ne nuit pas à l'auditoire. Néanmoins, les personnages 2ELGBTQIA+ occupent toujours moins de 10 % des rôles avec dialogues dans l'ensemble.***

La télévision francophone est plus susceptible d'inclure des personnages 2ELGBTQIA+ que la télévision anglophone. Parmi les émissions de télévision francophones populaires, 7 sur 8 (88 %) comprennent une forme de représentation 2ELGBTQIA+. Sur un total de 134 rôles avec dialogues, 16 sont des personnes 2ELGBTQIA+, soit 12 % des rôles francophones.

À l'inverse, parmi les émissions de télévision anglophones populaires, seules 9 sur 14 (64 %) comprennent une représentation 2ELGBTQIA+. Sur les 224 rôles avec dialogues anglophones, seuls 9 sont des personnes 2ELGBTQIA+, soit à peine 8 % de l'ensemble des rôles.



**Représentation des personnes 2ELGBTQIA+ par orientation sexuelle**

*La représentation des personnes 2ELGBTQIA+ est extrêmement inégale dans les émissions de télévision populaires au Canada. Plus de la moitié des personnages 2ELGBTQIA+ sont des hommes gais cis (52 %). Quelle que soit la langue, parmi les émissions de télévision canadiennes populaires, aucun ne représente de personnes asexuelles.*

À la télévision francophone, on constate que 64 % des personnages non hétérosexuels sont des hommes gais, 21 % des lesbiennes et 14 % des personnes queer. 43 % de la représentation 2ELGBTQIA+ à la télévision francophone est centrée sur des hommes cis gais blancs. **Parmi les émissions de télévision francophones populaires, aucun personnage n'est bi/pansexuel.**

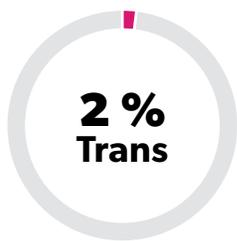
Parmi les personnages non hétérosexuels de la télévision anglophone, les hommes gais sont les plus représentés (40 %), suivis par les femmes bi+ (33 %) et les personnes queer (13 %). Les proportions de lesbiennes et d'hommes bi+ sont faibles, mais égales (7 % chacun). Malgré une représentation moins monolithique qu'en français, 33 % de la représentation 2ELGBTQIA+ à la télévision anglophone est centrée sur les hommes cis gais blancs.

**Bien que les données ci-dessus soient utiles pour aborder les inégalités dans la représentation des personnes 2ELGBTQIA+, il est important de se rappeler à quel point cette représentation est faible dans l'ensemble.** Si l'on considère la situation dans son ensemble, on constate que les hommes gais ne représentent que 7 % des rôles principaux et secondaires, suivis par une proportion égale de femmes bi+, de femmes lesbiennes et de personnes queer (2 % chacune). Moins de 1 % des rôles sont des hommes bi+. Les personnages hétérosexuels représentent une proportion écrasante : 86 % des rôles principaux.

## **À propos de la représentation des personnes bi+**

La proportion importante de personnages 2ELGBTQIA+ qui sont bi+ à la télévision anglophone (40 %) remet en question la tendance répandue à ignorer, supprimer ou réexpliquer les preuves de la bisexualité ou de la pansexualité, un phénomène connu sous le nom d'occultation de la bisexualité. En examinant les données démographiques de notre sondage, nous constatons que 54 % des professionnels anglophones non hétérosexuels s'identifient comme étant bisexuels, pansexuels ou queer (contre, par exemple, 18 % de lesbiennes et 24 % de gais). Parmi les professionnels francophones qui ne s'identifient pas comme étant hétérosexuels, 32 % s'identifient comme bisexuels, pansexuels ou queer. L'absence totale de personnages bisexuels et pansexuels à la télévision francophone est le signe d'un manque important dans la représentation des identités 2ELGBTQIA+.

**Il est important de retenir de ce rapport que l'objectif n'est pas de réduire la représentation des hommes gais, mais de faire entendre davantage de voix et d'assurer une meilleure représentation globale.** Certains répondants qui s'identifient comme des hommes gais craignent qu'une représentation plus complète des identités 2ELGBTQIA+ intersectionnelles se fasse au détriment de leur propre représentation limitée. **Il est important de ne pas perdre de vue que l'écrasante majorité des personnages sur les écrans canadiens sont cisgenres et hétérosexuels.**

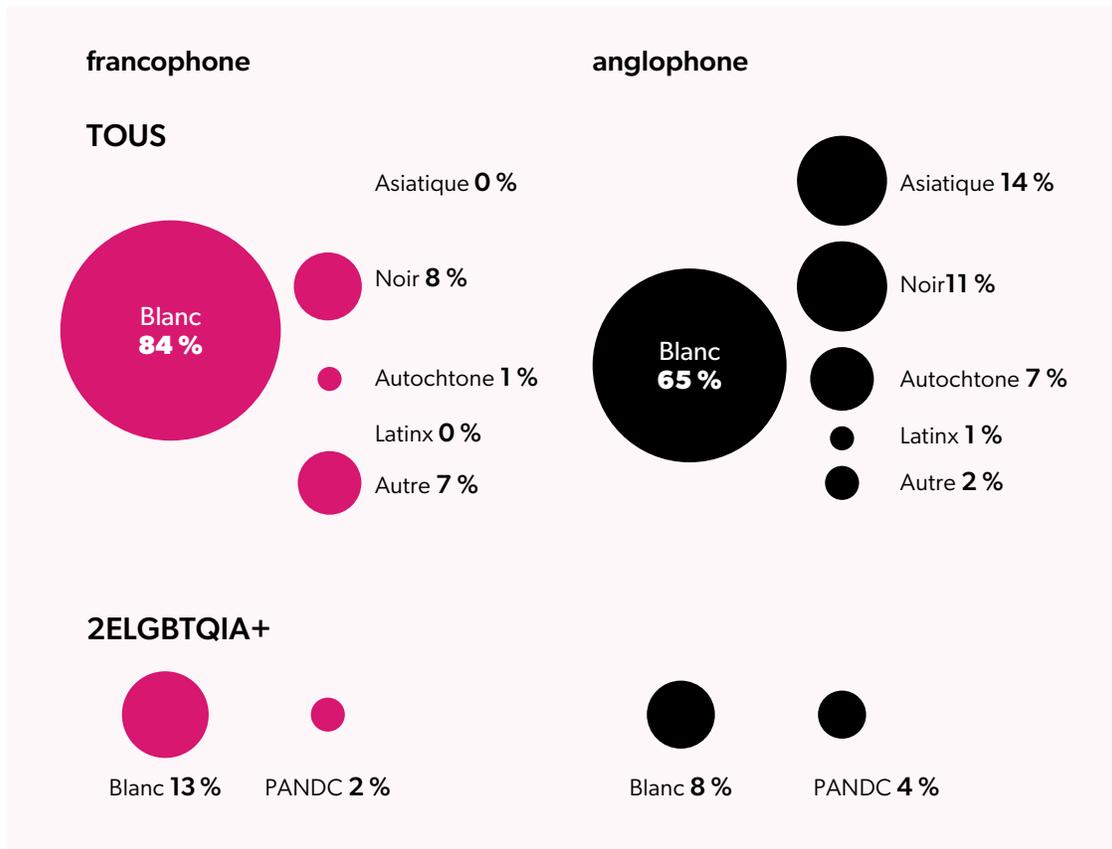


*Dans les deux langues, moins de 2 % des personnages dans des rôles principaux ou secondaires sont transgenres.*

Parmi les personnages 2ELGBTQIA+ occupant des rôles principaux ou secondaires, 55 % sont des hommes, 38 % sont des femmes et 7 % sont trans ou ont une diversité de genre.

Seules 2 personnes trans apparaissent dans des rôles principaux ou secondaires dans les émissions de télévision francophones populaires. L'une d'entre elles est une candidate d'une émission de télé-réalité qui s'identifie comme queer. L'autre est une femme trans dans un drame francophone qui est jouée par un homme cis.

**Proportionnellement, la télévision anglophone a encore moins de représentation trans que la télévision francophone.** On ne trouve que 2 personnes trans dans les émissions populaires de la télévision anglophone, malgré un plus grand nombre de rôles dans l'ensemble. De plus, **parmi les séries dramatiques ou les comédies anglophones populaires, aucune ne comporte de personnages trans.** Parmi les émissions analysées, les personnes trans n'apparaissent que dans une seule émission non scénarisée. **Ces résultats concordent avec les observations des personnes participant au sondage selon lesquelles les personnes trans sont vraiment sous-représentées à la télévision et dans les services de diffusion en continu au Canada.**



### Intersections de l'identité 2ELGBTQIA+ avec l'origine ethnique

**Les personnages 2ELGBTQIA+ qui sont des PANDC sont universellement sous-représentés à la télévision canadienne. Ils ne représentent que 2 % des rôles importants à la télévision francophone et 4 % à la télévision anglophone.**

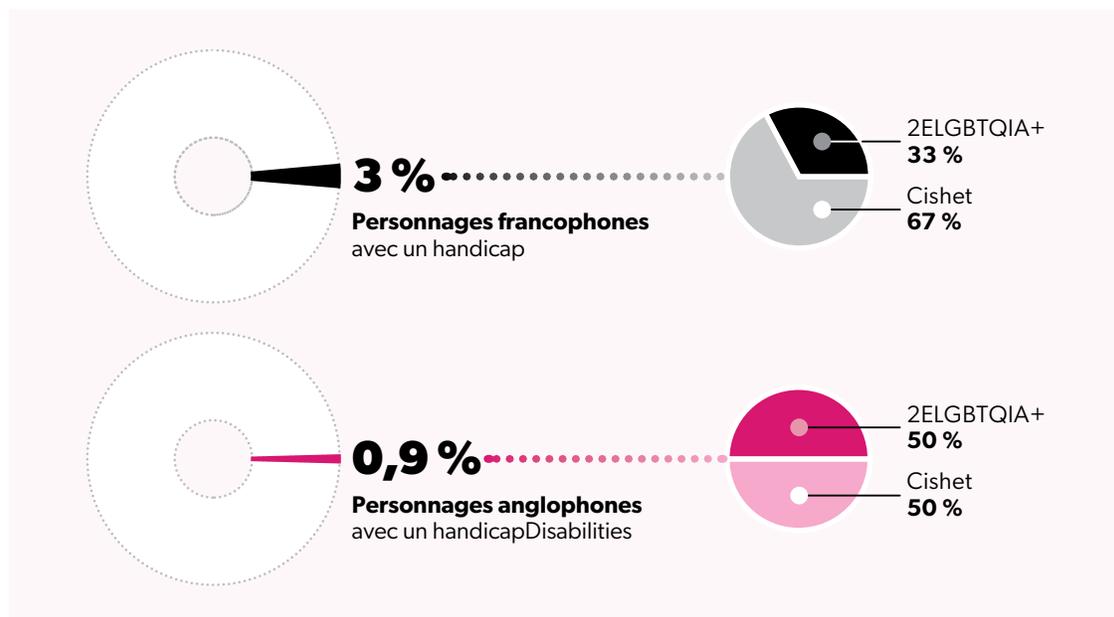
Seulement 14 % des personnages 2ELGBTQIA+ dans des rôles principaux et secondaires de la télévision francophone sont des PANDC. Alors que la télévision anglophone tend à représenter davantage d'identités intersectionnelles, seulement 33 % des personnages 2ELGBTQIA+ sont des PANDC.

**Dans l'ensemble, nous avons trouvé des différences substantielles dans la façon comment les télévisions française et anglaise abordent la diversité ethnique.** Les rôles principaux et secondaires à la télévision francophone sont très majoritairement blancs (84 %). Les personnages noirs ne représentent que 8 % des rôles importants, suivis par les autres personnes de couleur (7 %) et les personnages autochtones (1 %). Il n'y a aucun personnage asiatique ou hispanique dans les émissions populaires de la télévision francophone.

La plupart des personnages de la télévision anglophone sont également blancs (67 %). Les personnages asiatiques représentent 16 % des rôles importants, suivis par les personnages noirs (11 %), les personnages autochtones (2 %), les autres personnes de couleur (2 %) et les personnages hispaniques (1 %).

**Il est évident qu'une amélioration est nécessaire à l'échelle de l'industrie en matière de représentation des identités 2ELGBTQIA+ intersectionnelles sur les écrans canadiens.**

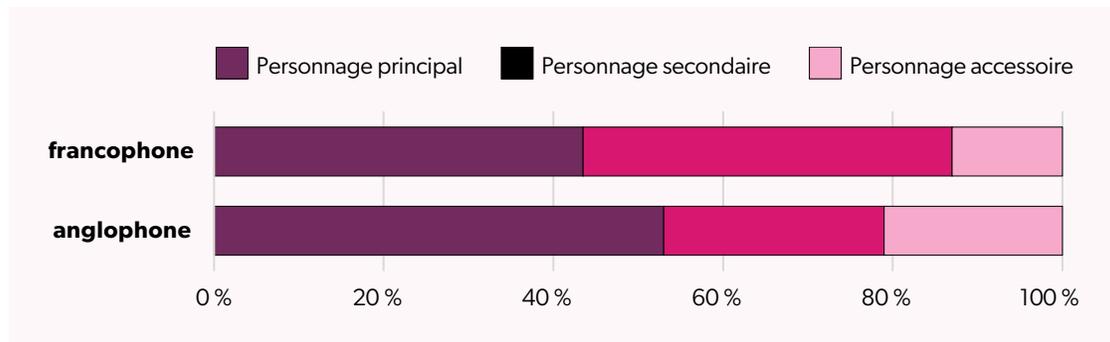
*Les personnes ayant un handicap physique sont très peu représentées dans les émissions populaires de la télévision anglophone.*



### Intersections de l'identité 2ELGBTQIA+ avec un handicap physique

Parmi les émissions de télévision francophones populaires, seuls trois personnages principaux ou secondaires ont un handicap physique (2 %). L'un d'entre eux est une personne 2ELGBTQIA+ (33 %). Dans les 14 émissions de télévision anglophones étudiées, seuls 2 personnages ont un handicap physique (0,9 %). De ces 2 personnages, 1 est également 2ELGBTQIA+ (50 %).

En raison de l'échantillon extrêmement faible de personnages ayant un handicap physique et du manque de données suffisantes sur d'autres types de handicap, y compris la neurodivergence, il est difficile de tirer des conclusions significatives sur la représentation intersectionnelle du handicap et de l'identité 2ELGBTQIA+ à la télévision canadienne et sur les plateformes de diffusion en continu. Compte tenu des taux élevés de handicap chez les Canadiens 2ELGBTQIA+, il existe un besoin criant de recherches intersectionnelles futures sur ce sujet ([Rauh, 2023](#)).



#### Importance des rôles 2ELGBTQIA+

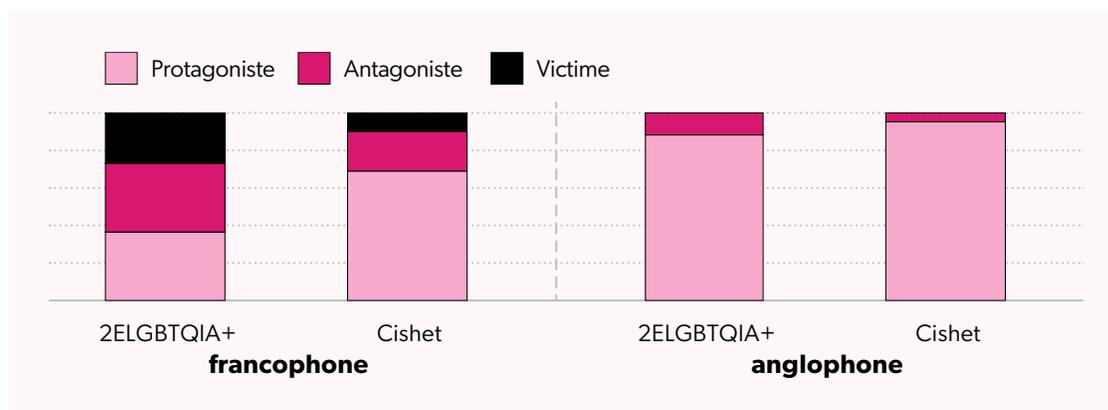
***Les personnages 2ELGBTQIA+ occupent souvent des rôles principaux ou secondaires à la télévision francophone et anglophone, mais avec quelques réserves.***

À la télévision francophone, les personnes 2ELGBTQIA+ représentent 18 % des rôles principaux, 14 % des rôles secondaires et 4 % des personnages accessoires. À la télévision anglophone, ces pourcentages sont légèrement inférieurs, les personnes 2ELGBTQIA+ représentant 16 % des rôles principaux, 9 % des rôles secondaires et 4 % des personnages accessoires.

Cependant, en abordant ces données sous un angle différent, nous constatons des différences notables dans la distribution entre les télévisions francophone et anglophone. À la télévision francophone, les personnages 2ELGBTQIA+ ont autant de chances d'occuper des rôles principaux et secondaires (43,5 % chacun) par rapport aux rôles accessoires (13 %). À la télévision anglophone, les personnages 2ELGBTQIA+ sont le plus susceptibles d'occuper des rôles principaux (53 %), mais sont presque autant susceptibles d'occuper des rôles secondaires (26 %) que des rôles accessoires (21 %). Les personnages accessoires représentent plus d'un tiers des rôles avec dialogues à la télévision francophone (34 %) et près de la moitié des rôles avec dialogues à la télévision anglophone (47 %).

Plusieurs facteurs expliquent la corrélation entre l'identité 2ELGBTQIA+ et l'importance des rôles. Le premier d'entre eux est qu'il est plus facile de communiquer sur l'identité de genre et l'orientation sexuelle d'un personnage si son développement à l'écran est plus important. **L'un des traits caractéristiques de la cishétéronormativité et de l'allonormativité est la présomption que toutes les personnes sont cisgenres, hétérosexuelles et allosexuelles jusqu'à preuve explicite du contraire.** La télévision canadienne a un potentiel considérable de remettre en question cette présomption au fil du temps grâce à une représentation plus riche et plus nuancée des diverses identités 2ELGBTQIA+.

*La télévision francophone est beaucoup plus susceptible de faire des personnages 2ELGBTQIA+ des antagonistes ou des victimes que les personnages cisgenres hétérosexuels, alors que la télévision anglophone est plus susceptible de les présenter comme des protagonistes.*



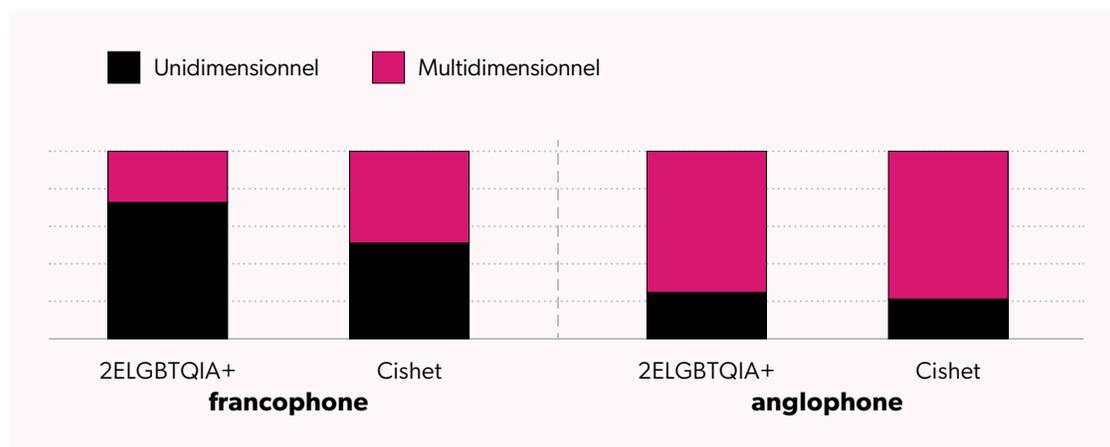
### Représentation des personnes 2ELGBTQIA+ selon le rôle narratif

Pour aborder le rôle narratif et la dimensionnalité, nous avons retiré la télévision non scénarisée (1 émission francophone et 4 émissions anglophones) de l'échantillon de données. Notre objectif est d'examiner comment les identités 2ELGBTQIA+ sont écrites pour le public canadien.

À la télévision francophone, les personnages 2ELGBTQIA+ sont presque également répartis entre protagonistes (36 %), antagonistes (36 %) et victimes (27 %), tandis que les personnages cisgenres hétérosexuels sont majoritairement protagonistes (69 %), occasionnellement antagonistes (21 %) et rarement victimes (10 %). **L'image transmise des personnages 2ELGBTQIA+ comme étant des antagonistes, des prédateurs et des cibles de violence perpétue des clichés et des stéréotypes néfastes et réducteurs.**

À l'inverse, la télévision anglophone a beaucoup plus tendance à présenter les personnages 2ELGBTQIA+ comme des protagonistes (88 %) que comme des antagonistes (12 %), même si ce n'est pas tout à fait dans les mêmes proportions que les personnages cisgenres hétérosexuels (95 % de protagonistes, 5 % d'antagonistes). Aucune des émissions de télévision de notre échantillon de données ne présente de victimes dans des rôles principaux ou secondaires.

***Nous constatons un écart similaire entre les contenus français et anglais en ce qui concerne la dimensionnalité. La télévision francophone a tendance à s'appuyer sur des représentations superficielles et des clichés réducteurs, stéréotypés ou préjudiciables.***



### Représentation des personnes 2ELGBTQIA+ selon la dimensionnalité

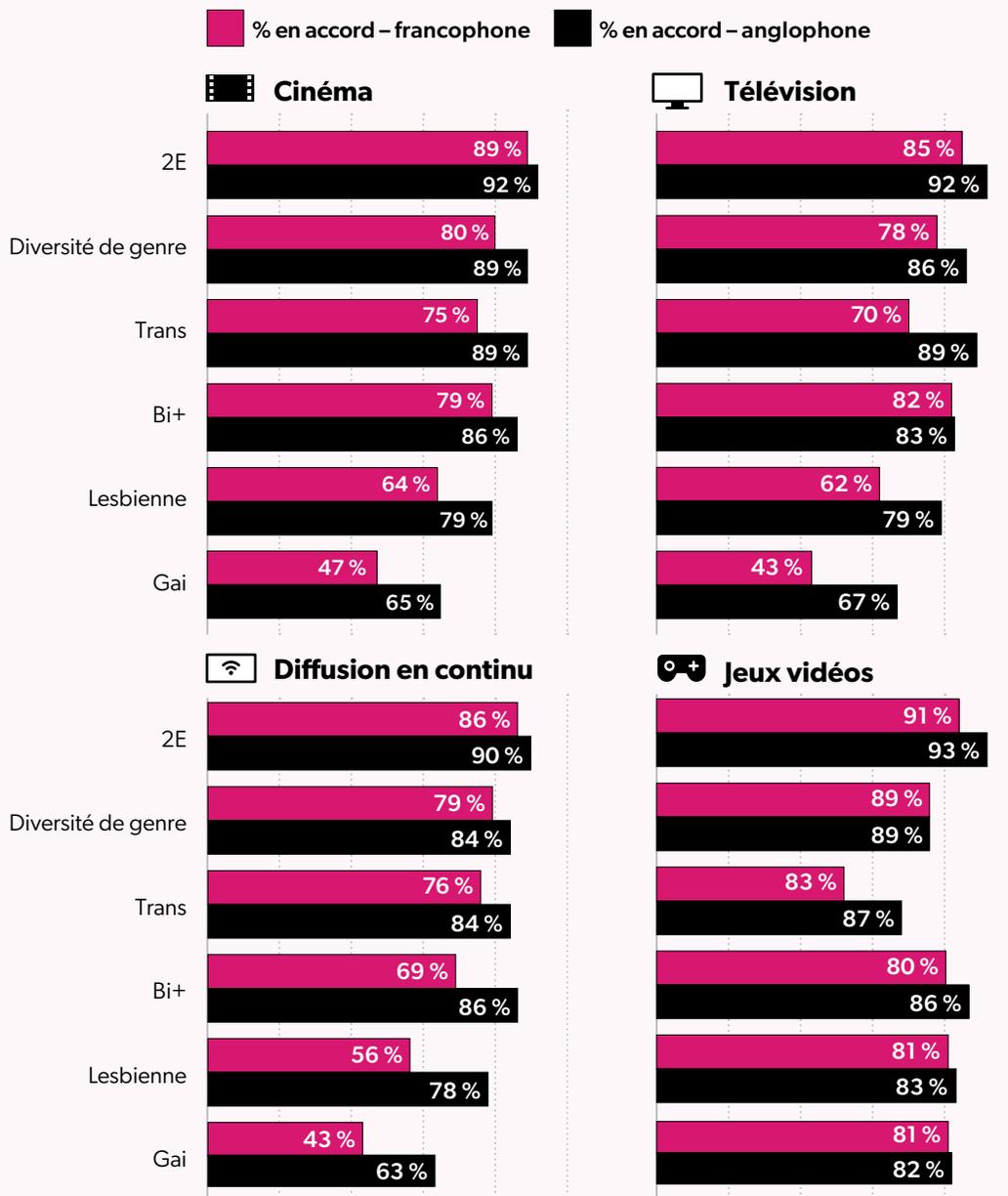
**La télévision francophone est significativement moins encline à représenter les personnages 2ELGBTQIA+ de manière multidimensionnelle (27 %) que de manière unidimensionnelle (73 %).** Bien que cette tendance se retrouve également chez les personnages cisgenres hétérosexuels (49 % multidimensionnels contre 51 % unidimensionnels), il existe néanmoins un écart significatif entre la représentation des personnages 2ELGBTQIA+ et celle des personnages cisgenres hétérosexuels.

**La télévision anglophone est beaucoup plus encline à représenter les personnages 2ELGBTQIA+ de manière multidimensionnelle (75 %) qu'unidimensionnelle (25 %).** Ces proportions sont presque équivalentes pour les personnages cisgenres hétérosexuels (79 % multidimensionnels contre 21 % unidimensionnels), ce qui laisse présager des efforts croissants pour représenter les identités 2ELGBTQIA+ de manière plus réfléchie.

## L'importance de la langue

*L'analyse du contenu et les résultats du sondage révèlent un écart de perception important entre les professionnels francophones et anglophones.*

Les professionnels du secteur des médias francophones interrogés dans le cadre de la présente étude sont moins nombreux à penser que les identités 2ELGBTQIA+ sont sous-représentées sur les écrans canadiens.



**Sous-représentation par langue (4 graphiques associés; veuillez consulter les notes dans la feuille de calcul)**

Alors que les réponses des personnes interrogées sont plus semblables lorsqu'il est question de la sous-représentation dans l'industrie du jeu vidéo, nous constatons des divergences notables pour le cinéma, la télévision et la diffusion en continu. Dans ces industries, les personnes francophones interrogées sont significativement moins enclines à dire que les identités 2ELGBTQIA+ sont sous-représentées.

L'analyse du contenu révèle que la télévision francophone est plus susceptible de représenter des personnages 2ELGBTQIA+ que la télévision anglophone. Cependant, cela n'est vrai que pour des identités spécifiques, principalement les hommes gais. Malgré des perspectives plus favorables de la part des parties intéressées de l'industrie francophone et en matière de données quantitatives, seuls 15 % des professionnels du secteur des médias francophones sont d'accord que cette industrie raconte régulièrement des histoires 2ELGBTQIA+. **Ces résultats mettent en évidence un décalage critique entre le contenu qui est produit et la perception de ce qui constitue un manque de représentation.**

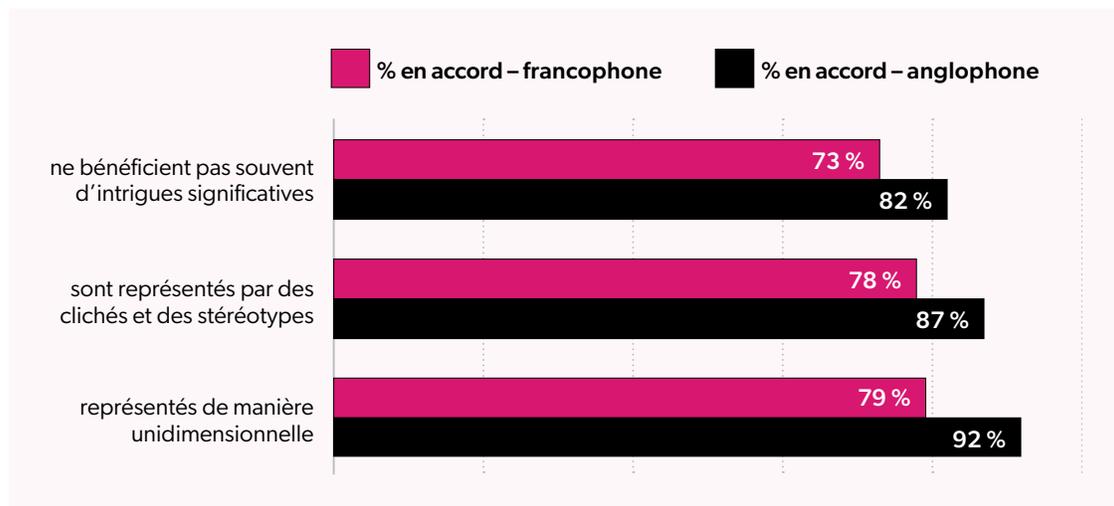
« [Les personnes 2ELGBTQIA+ sont] probablement le groupe de la diversité le mieux représenté parce qu'il a été le premier à s'établir et à prendre sa place. Les médias francophones sont un lieu de travail accueillant pour tout groupe sous-représenté.

— **Entretien avec une partie intéressée**, cadre pour un média francophone

**Ce décalage peut révéler les différentes priorités des Canadiens francophones et anglophones.** Au Québec, la langue française est souvent considérée comme faisant partie intégrante de l'identité culturelle. Hors du Québec, les francophones se sentent marginalisés en tant que minorité francophone. L'une de nos parties intéressées francophone révèle que les conversations autour de la représentation mettent en avant la langue avant toute autre exclusion.

« [Les Canadiens français] sont confrontés à un double défi. Comme le reste des canadiens, ils incluent des membres de cette communauté, mais ils doivent aussi être ceux qui parlent français. Même lorsqu'ils sont issus de cette communauté, ils me disent toujours : « notre première minorité [à représenter] est la minorité francophone ». Ensuite, on peut parler du fait que quelqu'un vient de la communauté queer. **Pour eux, le fait qu'ils soient francophones est la première situation de minorité qu'ils ressentent.**

— **Entretien avec une partie intéressée**, cadre pour un média francophone



### Attitudes différentes entre les professionnels francophones et anglophones

***Cette divergence au niveau des attitudes s'étend aux perceptions de la qualité de la représentation des personnes 2ELGBTQIA+. Les répondants francophones surestiment largement la précision et l'authenticité de la représentation des personnes 2ELGBTQIA+.***

Les données de notre sondage révèlent que les participants francophones ont tendance à considérer la représentation des personnages 2ELGBTQIA+ à l'écran de manière plus positive que les participants anglophones. Elles sont moins susceptibles d'être d'accord avec l'idée que les personnages 2ELGBTQIA+ :

- sont représentés de manière unidimensionnelle (79 %, contre 92 % pour les anglophones);
- ne bénéficient pas souvent d'intrigues significatives (73 %, contre 82 % pour les anglophones);
- sont représentés par des clichés et des stéréotypes (78 %, contre 87 % pour les anglophones).

Alors que ces attitudes pourraient suggérer que les médias francophones représentent les personnages 2ELGBTQIA+ de manière plus authentique et multidimensionnelle que les médias anglophones, l'analyse du contenu réfute cette conclusion. Nos recherches révèlent que la télévision francophone populaire est :

- 3 fois plus susceptible de représenter des personnages 2ELGBTQIA+ de manière unidimensionnelle que la télévision anglophone
- Beaucoup plus susceptible de présenter les personnages 2ELGBTQIA+ comme des antagonistes et des victimes plutôt que comme des protagonistes

**Ces résultats révèlent le besoin de conversations plus importantes sur ce qui constitue une représentation précise et authentique.** Les images préjudiciables transmises accentuent les écarts de perception et de compréhension au lieu de les résoudre, ce qui conduit à un environnement plus hostile pour les professionnels 2ELGBTQIA+ dans la société. Comme le montre la section suivante, en raison de cette image transmise négative, un cycle est créé dans lequel les professionnels 2ELGBTQIA+ sont moins enclins à divulguer leur identité et à demander des changements significatifs.

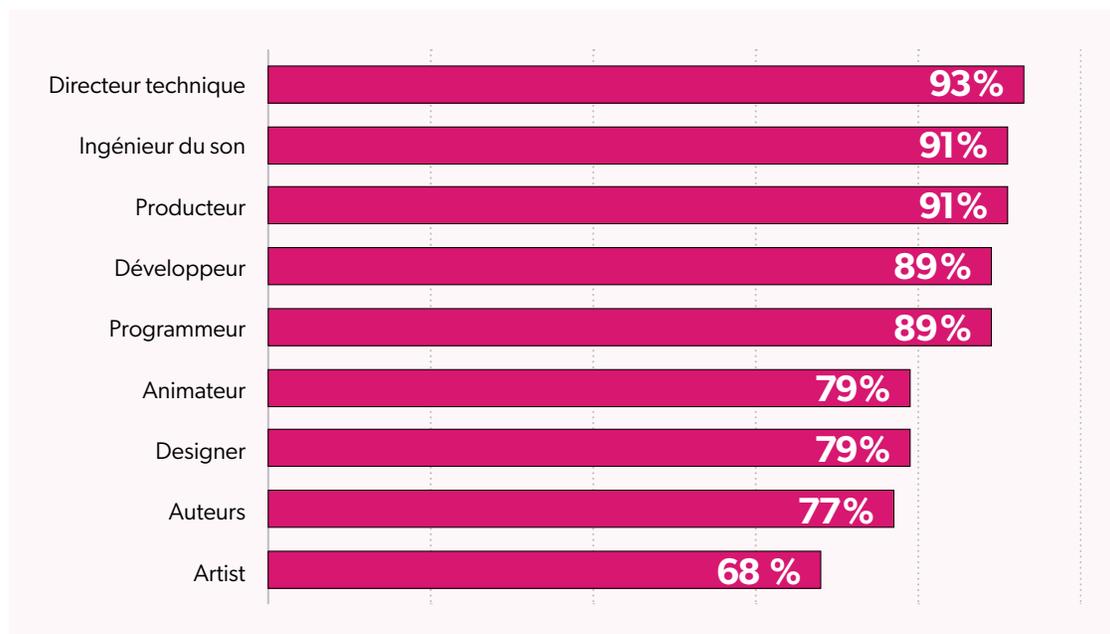
## Principaux résultats

- **La représentation des personnes 2ELGBTQIA+ ne nuit pas à l'auditoire des émissions les plus regardées.** Parmi les émissions de télévision canadiennes populaires, près de 3 sur 4 comprennent une forme de représentation 2ELGBTQIA+.
- **Plusieurs identités 2ELGBTQIA+ restent gravement sous-représentées à la télévision canadienne.** Les personnages bispirituels, intersexes et asexuels sont totalement absents des émissions francophones et anglophones populaires, et les identités trans, ayant une diversité de genre et bi+ sont largement sous-représentées. La représentation des identités sous-représentées représente une occasion cruciale pour une meilleure représentation à la télévision canadienne.
- **Plus de la moitié de la représentation des personnes 2ELGBTQIA+ à la télévision canadienne se concentre sur les hommes gais, dont la majorité est également de race blanche.** Bien que les hommes gais ne représentent que 7 % des personnages principaux et secondaires, ces résultats soulignent le besoin de s'éloigner de la représentation 2ELGBTQIA+ monolithique.
- **La télévision francophone comprend proportionnellement plus de représentation 2ELGBTQIA+ que la télévision anglophone. Cependant, la qualité de cette représentation est perçue comme nettement moins précise et authentique.** La télévision francophone a tendance à représenter les personnages 2ELGBTQIA+ de manière superficielle ou à travers des clichés et des stéréotypes préjudiciables.
- **L'industrie des médias francophones surestime largement la qualité de l'image des personnes 2ELGBTQIA+ qui est transmise, tandis que l'industrie des médias anglophones sous-estime quelque peu la qualité de l'image des personnes 2ELGBTQIA+ qui est transmise.** Il existe un besoin évident de conversations interlangue au sujet de ce qui constitue une représentation précise et authentique.

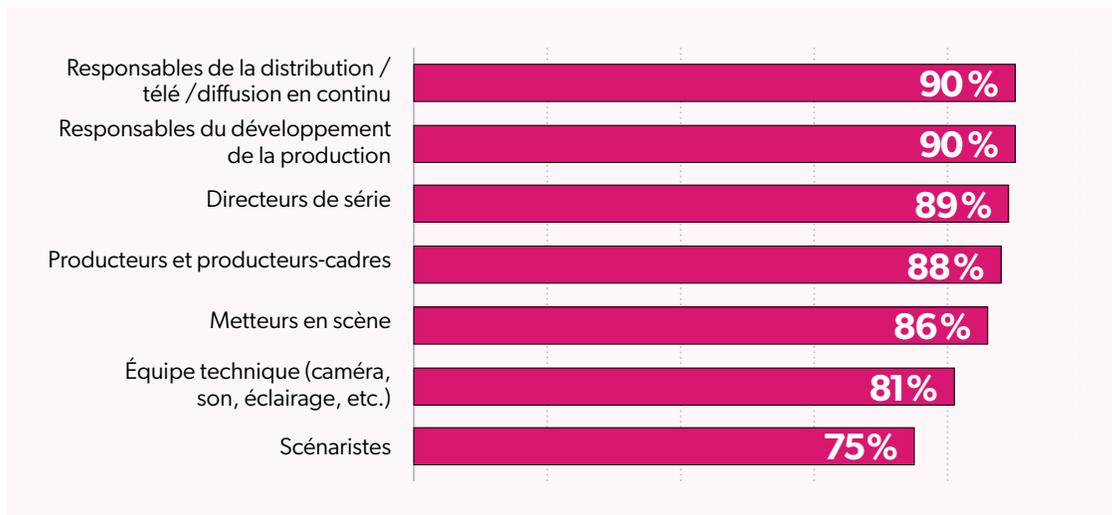
## 3.0 Professionnels 2ELGBTQIA+ travaillant dans les industries audiovisuelles

Les résultats de la présente étude révèlent que **la représentation équitable hors écran est l'un des moteurs d'une image transmise authentique et significative des personnes 2ELGBTQIA+ dans les médias canadiens.**

L'équité est un concept important. Alors que l'égalité suppose que traiter tout le monde de la même manière conduira à des résultats identiques, l'équité reconnaît que certaines personnes ont été systématiquement opprimées et exclues. L'équité est la raison pour laquelle de nombreux professionnels du secteur des médias demandent que seuls des professionnels 2ELGBTQIA+ soient pris en considération pour des rôles 2ELGBTQIA+, tout en demandant également que des professionnels 2ELGBTQIA+ soient également embauchés pour des rôles d'hétérosexuels et de personnes cisgenres. Comme le révèle la présente étude, les professionnels 2ELGBTQIA+ n'ont historiquement pas bénéficié des mêmes occasions.



Représentation hors écran par rôle (cinéma, télévision, diffusion en continu)



### Représentation hors écran par rôle (jeux vidéo)

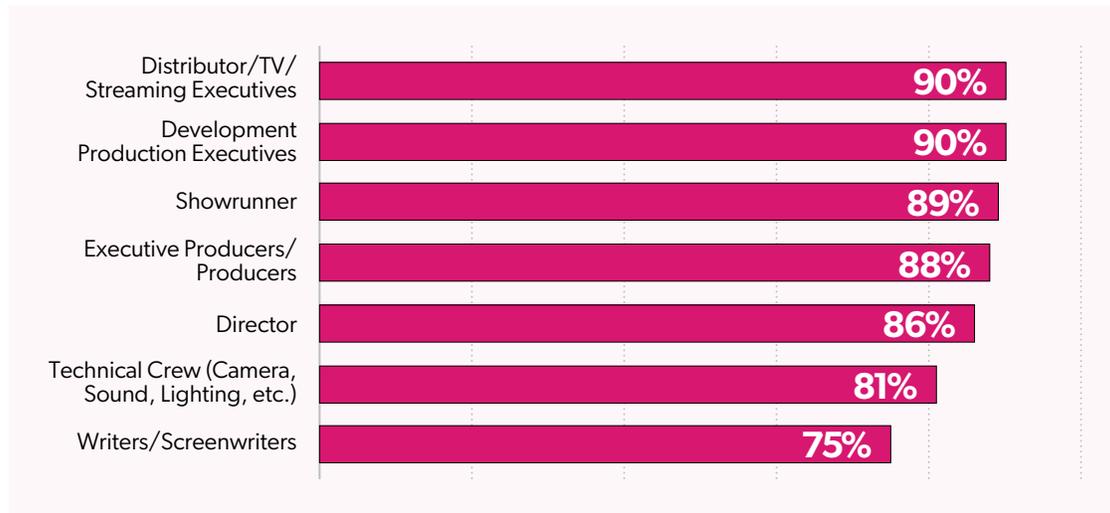
Si de nombreux professionnels s’entendent que la représentation hors écran s’est améliorée au cours des cinq dernières années, les professionnels 2ELGBTQIA+ restent sous-représentés et insuffisamment soutenus dans tous les rôles. Plusieurs personnes participantes ont également exprimé leur crainte que, parallèlement à l’augmentation des crimes haineux et des lois anti-trans au Canada, les industries des médias deviennent plus hostiles envers les professionnels 2ELGBTQIA+, en particulier les personnes trans ou ayant une diversité de genre.

« Pour transmettre de l’authenticité, de la sincérité, que l’intention soit bonne, il faut que davantage de personnes issues de communautés marginalisées et sous-représentées rejoignent l’industrie. C’est un cercle vicieux dans les jeux vidéo. Il est difficile de parler de l’industrie sans parler des produits que nous fabriquons. Tant que les produits ne donneront pas une impression positive de ces communautés, celles-ci n’essaieront pas d’intégrer l’industrie. **Si le jeu ne vous représente pas, vous ne serez pas attiré par un travail dans cette entreprise.**

— **Entretien avec une partie intéressée, Chloé Lussier,**  
PDG d’une entreprise de jeux vidéo

## La représentation en coulisses est essentielle

*Les professionnels canadiens sont fortement d’accord que la représentation en coulisses est nécessaire pour que l’image transmise à l’écran soit authentique.*



### La représentation 2ELGBTQIA+ en coulisses est essentielle

« Pourquoi ne pensons-nous pas aux personnes qui se trouvent derrière la caméra? Le contenu ne serait-il pas meilleur si les gens étaient plus à l’aise avec les individus qui le captent? J’essaie de faire équipe avec le plus grand nombre possible de personnes queer lorsque je j’interviewe un individu queer ou que je me rends dans un environnement queer. C’est important. Cela change l’énergie.

—Entretien avec une partie intéressée, **Michelle Mama**, cinéaste, réalisatrice et productrice

**87 % des professionnels du cinéma, de la télévision et de la diffusion en continu sont d’accord que la représentation derrière la caméra est cruciale**, et près des deux tiers sont tout à fait d’accord. Cette opinion est unanime parmi les personnes trans et lesbiennes interrogées (100 %). Bien que les personnes hétérosexuelles interrogées soient manifestement moins souvent en accord avec cette affirmation, la grande majorité d’entre elles croient néanmoins que la représentation derrière la caméra est importante (68 %).

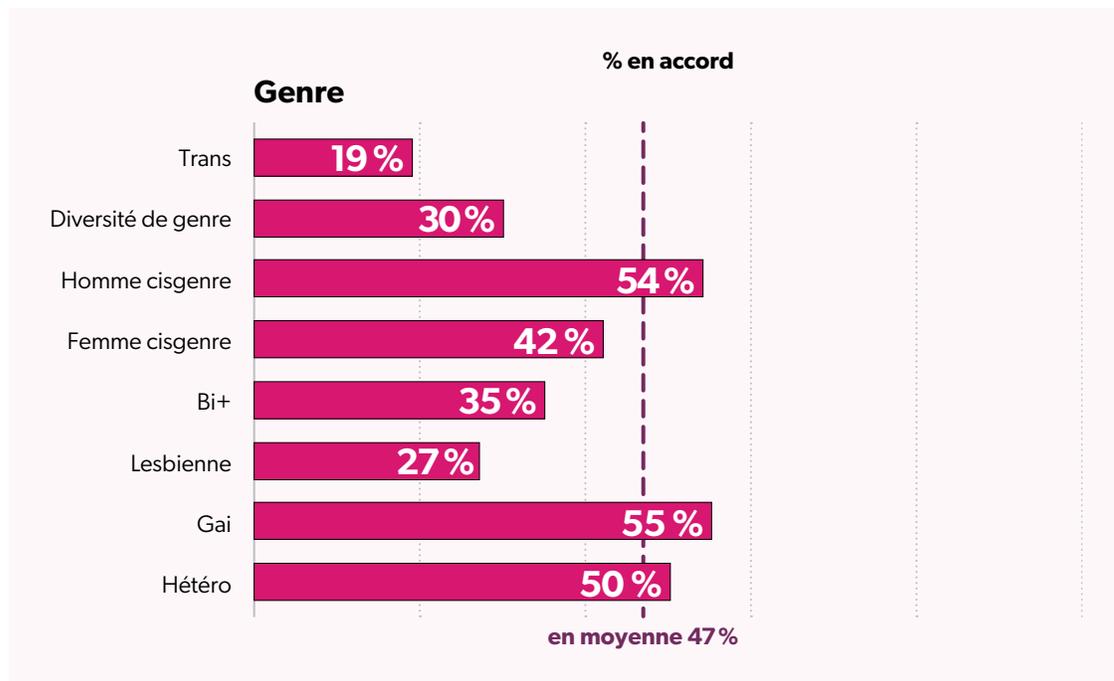
**Les professionnels canadiens du jeu sont presque tous d’accord (94 %) que la transmission d’une image authentique des personnes 2ELGBTQIA+ dans les jeux nécessite une représentation en coulisses parmi les équipes de développement, de production et de conception.** 74 % des personnes interrogées sont tout à fait d’accord.

## La transphobie, la queerphobie et la discrimination fondée sur le genre restent répandues dans toutes les industries

Malgré l'importance de la représentation hors écran, les personnes interrogées s'accordent largement que les professionnels 2ELGBTQIA+ sont victimes de discrimination systémique dans les industries canadiennes des médias. Les personnes interrogées rapportent des expériences de harcèlement, de microagressions, de mégenrage, de réduction à un symbole, d'abus et de violence sur le lieu de travail.

« [Nous avons besoin de] protections pour toutes les personnalités publiques 2ELGBTQIA+ qui sont visibles dans le cadre de leur emploi. Cela s'accompagne souvent de harcèlement et de menaces de mort.

—**Scénariste de jeux canadien**, personne asexuelle, bisexuelle et ayant une diversité de genre



### Les industries des médias sont sûres pour les professionnels 2ELGBTQIA+

Seulement 41 % des professionnels estiment que les industries canadiennes des médias sont des environnements de travail sûrs pour les professionnels 2ELGBTQIA+. Les personnes trans interrogées sont celles qui ressentent le plus vivement (19 %) le manque de sécurité, suivies des lesbiennes (27 %) et des professionnels ayant une diversité de genre (30 %). Les personnes

gaies interrogées (55 %), le seul groupe composé presque exclusivement d'hommes, sont les plus nombreuses à trouver que ces espaces sont sûrs pour les professionnels 2ELGBTQIA+, plus encore que les personnes hétérosexuelles interrogées (50 %). **Cet écart est crucial, car il révèle que les personnes les plus privilégiées sous-estiment considérablement l'oppression ressentie par les autres professionnels 2ELGBTQIA+.**

Le manque de sécurité entraîne des préjudices immédiats et prolongés. Les personnes interrogées qui ont été confrontées au harcèlement, à l'hostilité, au mégenrage répété et à d'autres formes de discrimination expliquent qu'elles ressentent souvent le besoin de « tenir bon » afin de pouvoir profiter d'occasions futures. Il est important de noter que les personnes interrogées considèrent souvent qu'il s'agit d'occasions non seulement pour elles-mêmes, mais aussi pour les futures générations de professionnels 2ELGBTQIA+. Des recherches supplémentaires sur les effets à long terme du stress d'être une minorité sur les professionnels du secteur des médias pourraient s'avérer pertinentes.

D'une manière générale, **ces résultats démontrent la nécessité d'efforts à l'échelle de l'industrie pour lutter contre la transphobie, la queerphobie et la discrimination fondée sur le genre, y compris une formation obligatoire à la lutte contre l'oppression.** Les personnes participantes réfléchissent au besoin de changements structurels importants pour garantir le succès et le développement à long terme des professionnels 2ELGBTQIA+, ce qui conduira à son tour à des histoires 2ELGBTQIA+ plus précises et authentiques.

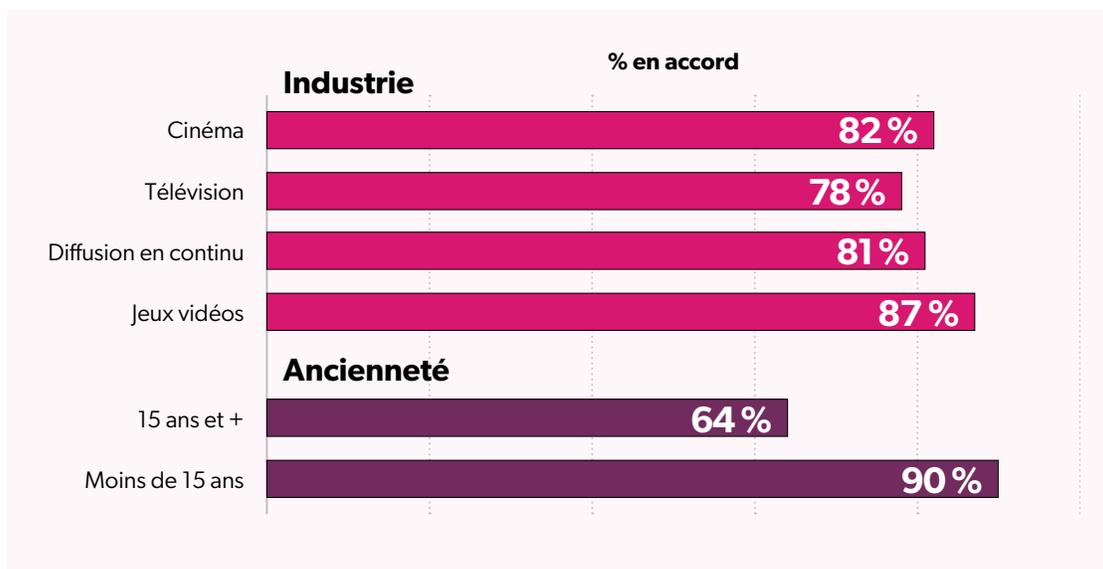
« Les conditions de travail doivent être propices à la sécurité et au bien-être de notre vivier de talents. Cela signifie que les environnements de travail doivent être inclusifs et respectueux.

—**Rédactrice en chef à la télévision canadienne**, femme cis et lesbienne

## **Les professionnels 2ELGBTQIA+ ont moins d'occasions dans les industries canadiennes des médias**

Les professionnels 2ELGBTQIA+ sont universellement perçus comme devant relever plus de défis que leurs collègues cisgenres hétérosexuels en ce qui a trait au développement de leur carrière, à leur sécurité d'emploi et à leur capacité à contribuer créativement. Ces obstacles sont plus fortement ressentis dans les industries du jeu vidéo, mais ils restent omniprésents.

**82 % des professionnels croient qu'il est plus difficile pour les personnes 2ELGBTQIA+ d'accéder à des postes décisionnels de haut niveau. L'accord avec cette affirmation est le plus élevé parmi les professionnels de l'industrie du jeu vidéo (87 %).**



### Les personnes 2ELGBTQIA+ rencontrent davantage d'obstacles au développement de leur carrière

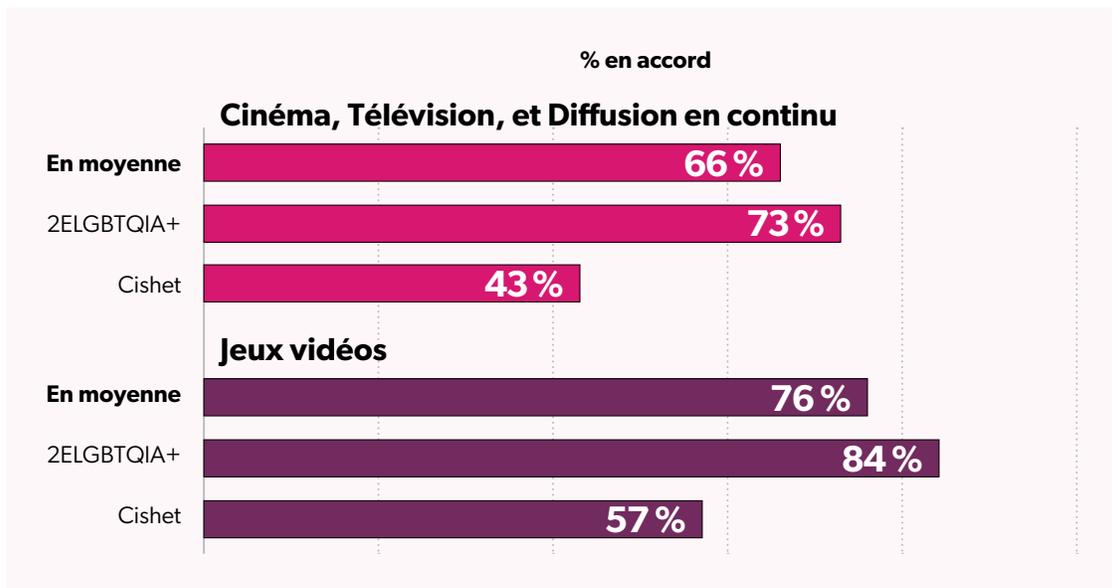
Les professionnels ayant plus de 15 ans d'expérience dans l'industrie sont considérablement moins susceptibles d'être d'accord avec l'idée que les professionnels 2ELGBTQIA+ doivent faire face à plus de défis pour accéder à des postes décisionnels de haut niveau (64 % contre 90 % des professionnels ayant moins de 15 années d'expérience). Les professionnels établis ont tendance à sous-estimer les difficultés rencontrées par les talents 2ELGBTQIA+ émergents et en milieu de carrière.

Le manque d'occasions de développement de carrière a d'importants effets en aval sur la quantité et la qualité de la représentation des personnes 2ELGBTQIA+. Les bailleurs de fonds et les équipes de direction, de production et de développement des réseaux déterminent quel contenu est produit, et comment. Les parties intéressées estiment qu'en l'absence de voix 2ELGBTQIA+ dans ces rôles, les créateurs 2ELGBTQIA+ sont contraints de modifier leurs projets pour les rendre accessibles aux décideurs cisgenres hétérosexuels. En conséquence, les expériences 2ELGBTQIA+ sont minimisées ou simplement supprimées, ce qui conduit à un contenu « diversifié » qui n'est pas réellement représentatif.

« Même s’il existe des idées audacieuses et queer, le temps qu’elles passent à travers tous les filtres du réseau, des annonceurs, des conversations internes sur la programmation, elles peuvent ultimement être édulcorées. Quelque chose qui commence comme étant une intrigue queer puissante peut finir comme une petite histoire secondaire.

—**Entretien avec une partie intéressée, Michelle Mama,**  
cinéaste, réalisatrice et productrice

***Les professionnels 2ELGBTQIA+ connaissent une plus grande précarité d’emploi que les professionnels cisgenres hétérosexuels. Les personnes interrogées notent que le manque de sécurité d’emploi augmente les enjeux pour les professionnels 2ELGBTQIA+ et limite leur capacité à prendre des risques créatifs.***



### Les professionnels 2ELGBTQIA+ ont une sécurité d’emploi réduite

Plus de la moitié des professionnels du cinéma, de la télévision et de la diffusion en continu (66 %) croient que la sécurité d’emploi des professionnels 2ELGBTQIA+ est réduite. Ce nombre atteint 73 % parmi les personnes 2ELGBTQIA+ interrogées.

Nous constatons que les professionnels du jeu vidéo (76 %) sont tout particulièrement d’accord avec cette affirmation, en particulier les personnes 2ELGBTQIA+ (84 %). Les professionnels trans du jeu vidéo sont unanimement d’accord.

« Les personnes 2ELGBTQIA+ ont peut-être une ou deux occasions de marcher sur les plates-bandes des dirigeants avant d'être renvoyées pour des raisons injustifiables et de se faire remettre une ordonnance de non-divulgation. En revanche, les hommes cis de l'industrie du jeu bénéficient d'un nombre quasi illimité de chances avant d'être licenciés ou relégués à un rôle cérémoniel où ils ne pourront plus faire de mal. La quantité de « détournement cognitif » que subissent les personnes 2ELGBTQIA+ et les femmes dans le secteur du jeu est incroyable. De plus, parce que l'emploi est si précaire dans cette industrie, les personnes se font payer leur silence lors de leur départ et ne peuvent pas partager leurs histoires au risque de faire face à un procès ou de se retrouver sur une liste noire.

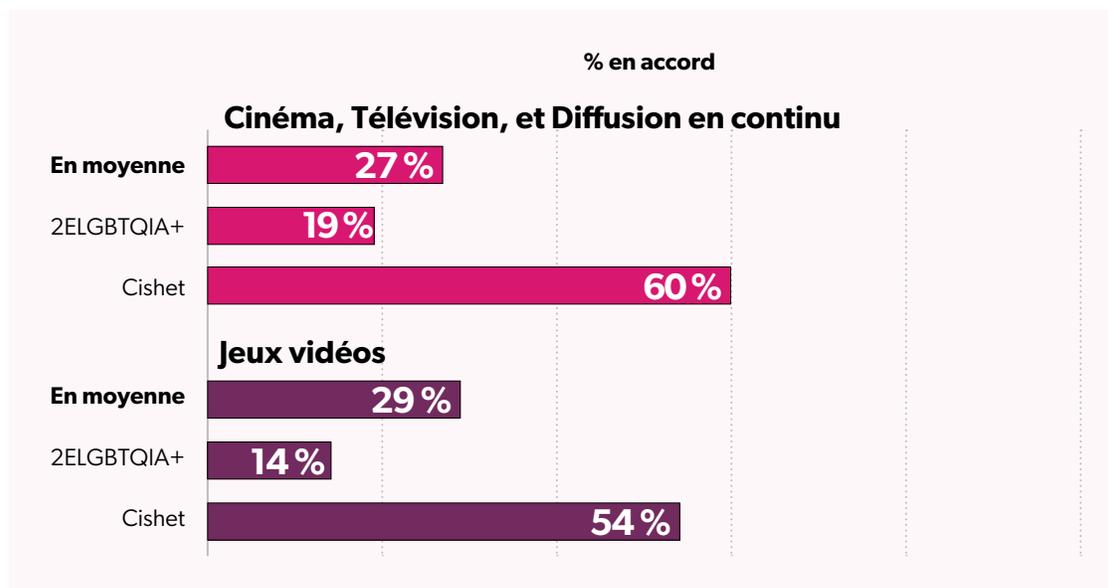
—**Conceptrice de jeux, programmeuse et productrice canadienne**, femme transgenre et lesbienne

Les parties intéressées et les personnes qui ont répondu au sondage soulignent la pression supplémentaire que subissent les professionnels 2ELGBTQIA+ dans une industrie où les enjeux sont déjà élevés. Elles expliquent que dans la mesure où les récits 2ELGBTQIA+ sont considérés comme « risqués », les créateurs 2ELGBTQIA+ n'ont qu'une seule chance de réussir, ce qui bride la créativité et limite la capacité à apprendre de ses erreurs.

« Être une minorité ne signifie en aucun cas que vous êtes parfait, mais cela semble être la norme à la fois à l'écran et hors des écrans. La minorité modèle est un cliché fatigant.

—**Producteur et directeur de films canadiens et directeur de série**, personne pansexuelle queer

***Les opinions des professionnels 2ELGBTQIA+ ont moins de poids que celles des professionnels cisgenres hétérosexuels. En outre, les professionnels 2ELGBTQIA+ n'ont pas les mêmes occasions de contribuer de manière narrative et créative, et sont souvent chargés de ne s'exprimer que sur les questions 2ELGBTQIA+.***



### Les professionnels 2ELGBTQIA+ bénéficient des mêmes occasions hors écran

La majorité des parties intéressées et des personnes qui ont répondu au sondage font état d'expériences où leur identité a été réduite à un symbole, en particulier les personnes 2ELGBTQIA+ ainsi que les personnes autochtones, noires et de couleur. Elles rapportent avoir été engagées sur des projets pour répondre à des critères de diversité, sans inclusion équitable dans les équipes créatives. Le résultat : même si les professionnels 2ELGBTQIA+ sont admis dans la pièce, la valeur de leurs contributions est sapée ou carrément mise de côté.

Seulement 27 % des personnes interrogées qui travaillent dans le cinéma, la télévision et la diffusion en continu croient que les professionnels 2ELGBTQIA+ bénéficient des mêmes occasions hors écran que leurs collègues cisgenres hétérosexuels. Les personnes cisgenres hétérosexuelles interrogées sont environ trois fois plus enclines à être d'accord (60 %) avec cette affirmation que les personnes 2ELGBTQIA+ interrogées (19 %).

Cette disparité est amplifiée dans l'industrie du jeu vidéo (29 %), où les personnes cisgenres hétérosexuelles interrogées sont presque 4 fois plus susceptibles d'être d'accord (54 %) avec cette affirmation que les participants 2ELGBTQIA+ (14 %). Le manque d'occasions créatives est ressenti de manière disproportionnée par les personnes trans interrogées ainsi que par les répondantes lesbiennes, la seule catégorie qui n'inclut pas d'hommes. Dans les deux cas, seuls 8 % sont d'accord que les professionnels 2ELGBTQIA+ bénéficient des mêmes occasions. **Cet énorme écart de perception révèle l'inégalité vécue uniquement par les personnes qui ne sont pas des hommes dans l'industrie du jeu vidéo.**

La différence entre les réponses des professionnels 2ELGBTQIA+ et celles de leurs homologues cisgenres hétérosexuels à ces questions révèle les préjugés systémiques omniprésents dans l'industrie. **Les personnes cisgenres hétérosexuelles interrogées sous-estiment systématiquement les difficultés auxquelles font face les professionnels 2ELGBTQIA+ en matière de développement de carrière, de sécurité d'emploi et d'occasions sur le lieu de travail.**

## Principaux résultats

- **Il existe sans contredit un lien entre la représentation à l'écran et en coulisses.** Le succès des professionnels 2ELGBTQIA+ dans les industries des médias est essentiel pour une représentation authentique qui reflète les perspectives, les vies et les expériences des Canadiens 2ELGBTQIA+.
- **Les professionnels 2ELGBTQIA+ sont largement sous-représentés dans les rôles de contrôle, malgré un fort désir de raconter leurs propres histoires.** À la lumière de la présente étude, il est essentiel de garantir aux professionnels 2ELGBTQIA+ des occasions de développement de carrière et de promotion.
- **Les préjugés systémiques sont présents à tous les niveaux des industries canadiennes des médias.** Les professionnels 2ELGBTQIA+ font état d'occasions de carrière minimales, d'une sécurité d'emploi amoindrie et d'occasions réduites d'apporter une contribution créative significative.
- **Les privilèges conférés par le patriarcat, l'hétéronormativité et l'expérience dans l'industrie entraînent un écart considérable dans la perception des conditions de travail.** Les hommes cis, les professionnels hétérosexuels et les professionnels ayant plus de 15 années d'expérience sous-estiment énormément ou nient les difficultés rencontrées par les professionnels 2ELGBTQIA+, perpétuant ainsi l'inégalité systémique. Des conversations intersectionnelles et intergénérationnelles sont nécessaires pour harmoniser les perceptions.
- **La transphobie, la queerphobie et la discrimination fondée sur le genre sont omniprésentes.** Les engagements superficiels en faveur de la diversité qui ne s'attaquent pas à l'oppression systémique font que les professionnels 2ELGBTQIA+ travaillent dans des lieux de travail peu sûrs. Les industries canadiennes des médias doivent mettre en œuvre des efforts concrets et responsables pour lutter contre le harcèlement, et appliquer une politique de tolérance zéro en matière de discrimination anti-2ELGBTQIA+.

## 4.0 Les obstacles à une représentation authentique des personnes 2ELGBTQIA+

La présente section se fonde sur les points de vue des parties intéressées et des professionnels de l'industrie pour résumer 6 obstacles clés à une représentation authentique, dont plusieurs s'exacerbent les uns les autres.

Il est important de noter que ces **obstacles sont amplifiés par les inégalités systémiques**. Les défis énumérés ci-dessous ont un impact disproportionné sur les personnes 2ELGBTQIA+ qui sont également autochtones, noires, de couleur, immigrées, réfugiées, handicapées, neurodivergentes ou à faible revenu. Les mots de l'activiste trans noire Marsha P. Johnson continuent de résonner : « **pas de fierté pour certains d'entre nous sans libération pour nous tous.** »

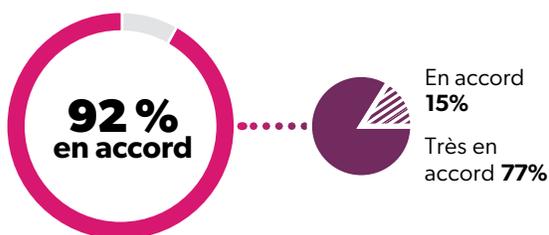
La sécurité est l'autre fil conducteur. Comme les données le montrent, **les professionnels 2ELGBTQIA+ sont souvent victimes de discrimination et de harcèlement sur le lieu de travail**. Cerner les obstacles est un premier pas vers une représentation équitable, mais la présente étude prouve qu'un changement significatif nécessite des efforts concrets, responsables et durables pour démanteler l'oppression systémique.

« Le seul chemin vers une inclusion et un accès significatifs pour les communautés 2ELGBTQIA+ est de s'attaquer aux obstacles structurels à tous les niveaux et dans tous les rôles au sein de l'industrie. Cela signifie qu'il faut des décideurs 2ELGBTQIA+, mais aussi des membres de la communauté dans chaque service, parmi les bailleurs de fonds, les diffuseurs et les réseaux, dans les entreprises de production, sur les plateaux de tournage, dans les salles d'écriture et les salles de montage. Cela signifie qu'il faut réfléchir aux coproductions et aux termes fixés pour travailler avec des organisations qui discriminent les communautés 2ELGBTQIA+. Cela signifie qu'il faut prendre en compte les nombreuses identités différentes au sein des communautés 2ELGBTQIA+ et ne pas supposer que la représentation d'un seul groupe de personnes est « suffisante ». Il faut reconnaître l'intersectionnalité et être ouvert à des conversations difficiles. Il faut comprendre que l'exclusion efface les personnes. Il faut faire confiance aux créateurs queer pour raconter leurs propres histoires. Le changement ne peut pas être la responsabilité d'une seule personne. Nous devons tous y participer.

—**Producteur exécutif et scénariste pour la télévision canadienne**, personne queer non binaire

## 4.1 Le manque de décideurs et décideuses 2ELGBTQIA+

*Le manque de décideurs et décideuses 2ELGBTQIA+ dans les industries perpétue les exclusions systémiques et limite les récits authentiques de personnes 2ELGBTQIA+. Former des professionnels 2ELGBTQIA+ pour les promouvoir à des postes de direction peut avoir un impact durable sur l'avenir de la représentation dans les industries.*



Presque tous les professionnels croient qu'un changement significatif dans l'industrie exige des décideurs et des décideuses qu'ils soient proactifs (92 %). Cependant, 82 % des personnes participantes étant d'avis

qu'il est plus difficile pour les professionnels 2ELGBTQIA+ d'accéder à des rôles de décideurs, nous constatons que les professionnels 2ELGBTQIA+ sont régulièrement exclus des salles où le changement se produit le plus souvent.

« Deux groupes clés peuvent faire la différence : **les responsables du développement et les producteurs**, y compris les directeurs de série. L'industrie est complètement déséquilibrée : les personnes 2ELGBTQIA+ **représentent une part importante de la main-d'œuvre de base, mais l'équipe de direction et les décideurs sont entièrement composés d'hommes et de femmes cis blancs.** Il y a beaucoup plus d'occasions aux États-Unis pour des histoires 2ELGBTQIA+ authentiques qu'au Canada. Le fait que la plupart des œuvres sur les personnes 2ELGBTQIA+ au Canada soient écrites par des personnes blanches cis et hétérosexuelles qui n'ont pas d'expérience vécue n'aide pas. Il y a des histoires 2ELGBTQIA+ incroyables qui passent inaperçues parce que les décideurs sont âgés et blancs. Jusqu'à ce qu'ils prennent leur retraite et que de jeunes talents occupent ces rôles de décideurs et agissent en tant que mentors, seules des mesures superficielles seront prises.

—**Producteur canadien de films**, homme cis hétérosexuel

Tout en reconnaissant que cela prendra du temps, les personnes participantes estiment que préparer les talents 2ELGBTQIA+ à accéder à des rôles décisionnels apportera à l'industrie de nouvelles perspectives et conduira à une représentation plus nuancée. Les industries canadiennes des médias peuvent commencer à mettre en œuvre plusieurs processus pour ouvrir la voie :

- **Établir des programmes éducatifs et de formation sur les préjugés** pour promouvoir des lieux de travail plus sûrs et plus inclusifs.
- **Créer des programmes de développement pour soutenir la carrière des personnes 2ELGBTQIA+** dans des rôles décisionnels (p. ex., former des scénaristes pour qu'ils deviennent directeurs de série).
- **Faciliter les occasions de mentorat** entre les professionnels plus anciens et les nouveaux pour faciliter l'acquisition de compétences et la création de réseaux.

Ces initiatives peuvent avoir un impact durable à long terme en offrant aux professionnels 2ELGBTQIA+ un accès plus équitable aux occasions de prise de décision, ce qui à son tour conduira à offrir un plus grand soutien aux récits 2ELGBTQIA+ dans toutes les industries.

« **Le conseil d'administration et la structure des équipes de direction de ces grandes entreprises sont très importants.** Ils influencent la stratégie globale d'une organisation ou d'une société. Si je regarde la composition des conseils d'administration de la plupart de ces entreprises, je constate qu'elle est plutôt désastreuse. Je ne suis pas sûr que les grandes entreprises de médias au Canada aient la moindre représentation 2ELGBTQIA+, et je ne parle pas seulement au niveau du conseil d'administration. C'est aussi le cas au sein des équipes de direction. Il s'agit principalement d'hommes blancs cis hétérosexuels.

— **Entretien avec une partie intéressée**, cadre dans le secteur des médias

« Malgré toutes les tentatives d'inclusion qui ont été faites à différents niveaux de l'industrie, les personnes en mesure de prendre des décisions importantes et de financer des histoires ont tendance à être majoritairement blanches et cisgenres, et à ne pas connaître l'expérience vécue par les nombreuses communautés marginalisées qui actuellement font une avancée dans l'industrie. **Il existe toujours un manque de représentation au plus haut niveau.**

—**Entretien avec une partie intéressée, JP Larocque,**  
scénariste et producteur

### ***Comblant les écarts de perception et agir***

Certaines personnes participantes soulignent le besoin d'enquêter sur les conditions qui excluent les professionnels 2ELGBTQIA+ des postes de direction et de mettre en œuvre des changements concrets par le biais de formations et de pratiques d'embauche plus équitables. D'autres s'interrogent sur la sincérité de ceux qui se présentent comme des alliés, en particulier en ces temps de difficultés.

**Si les personnes 2ELGBTQIA+ comptent sur le soutien de leurs alliés, l'un des principaux constats du présent rapport est que les personnes hétérosexuelles et cisgenres sous-estiment régulièrement la pénurie d'occasions et le manque de sécurité ressentis par les professionnels 2ELGBTQIA+.** Nos recherches mettent en évidence le besoin pour les personnes hétérosexuelles et cisgenres de s'informer sur les réalités de l'oppression fondée sur la sexualité et le genre, et d'aller au-delà d'une alliance sans action. Elles doivent notamment plaider en faveur d'un accès équitable aux occasions de développement de carrière (même lorsqu'elles visent les mêmes occasions), dénoncer les microagressions et prendre des mesures pour faire face aux préjugés personnels et systémiques.

« Les cadres et les personnes occupant des postes de direction dans toutes les facettes de l'industrie devraient s'interroger sur le manque de collègues queer travaillant à leur niveau et y remédier en consultant la communauté, en améliorant les pratiques de DEI et en proposant des solutions sur mesure adaptées au travail et aux obstacles qui existent à l'heure actuelle.

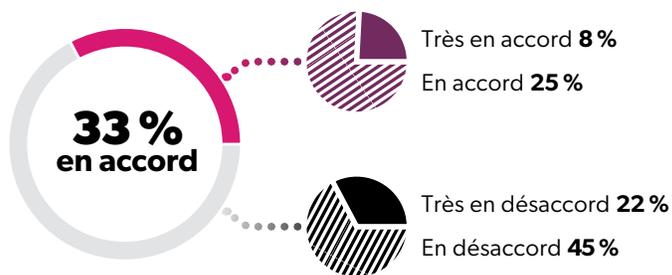
—**Scénariste pour la télévision canadienne,** homme trans gai

« Chers alliés, arrêtez de venir faire la fête avec nous pour ensuite rester silencieux lorsque nous sommes les premiers à être licenciés ou mis à l'écart dès que nous n'avons plus rien à offrir comme faire-valoir. La majorité de ceux qui sont en position de pouvoir sont des profiteurs, peu fiables et lâches.

—**Productrice canadienne de films**, femme cis lesbienne, pansexuelle et queer

## 4.2 La prudence des industries canadiennes des médias

*2 professionnels de l'industrie canadienne sur 3 estiment que le contenu financé par le Canada ne soutient pas suffisamment les sujets et les professionnels 2ELGBTQIA+. Une mentalité de rareté a conduit à la dépriorisation des récits 2ELGBTQIA+.*



**Le contenu financé par le Canada favorise la représentation des personnes 2ELGBTQIA+**

La nature prudente des décideurs de l'industrie, y compris les bailleurs de fonds, les cadres des réseaux et des services de diffusion en continu, les chefs de contenu, ainsi que les éditeurs de jeux vidéo et les chefs de studio, limite la représentation des voix canadiennes. 8 % des personnes interrogées sont tout à fait d'accord que le contenu financé par le Canada favorise une représentation authentique des personnes 2ELGBTQIA+, mais 22 % des personnes interrogées ne sont pas du tout d'accord. Ces résultats sont les mêmes entre les industries audiovisuelles francophone et anglophone, mais les personnes qui occupent des postes de direction sont nettement plus susceptibles de penser que le contenu financé par le Canada soutient suffisamment la représentation 2ELGBTQIA+ (48 %) que les professionnels occupant d'autres postes.

Les difficultés financières qui frappent les industries des médias ont conduit à une augmentation générale des prises de décision conservatrices. Les personnes participant à l'étude soulignent le fait que les cadres chargés de la production et de la distribution préfèrent préserver leur poste plutôt que de promouvoir la diversité, même si la prudence n'a pas aidé l'industrie par le passé.

La nature prudente des décideurs de l'industrie, y compris les bailleurs de fonds, les cadres des réseaux et des services de diffusion en continu, les chefs de contenu, ainsi que les éditeurs de jeux vidéo et les chefs de studio, limite la représentation des

« Je ne saurais vous dire combien de fois j'ai eu des conversations en aparté avec des réseaux qui disaient : « J'aimerais bien faire ça, mais je ne peux pas. J'ai peur de perdre mon emploi. »

—**Entretien avec une partie intéressée, Michelle Mama**, cinéaste, réalisatrice et productrice

Dans l'ensemble, les industries canadiennes des médias connaissent une période tumultueuse de licenciements et de réductions budgétaires. Au cours de la dernière année :

- CBC/Radio-Canada a mis à pied 141 employés et supprimé 205 postes vacants ([CBC News, 2024a](#))
- Bell Média a annoncé la fin de plusieurs journaux télévisés et la vente de 44 % de ses stations de radio régionales ([La Presse Canadienne, 2024](#)) ;
- Vice Media a annoncé plusieurs centaines de licenciements ([Associated Press, 2024](#)) ;
- et le géant québécois des médias, TVA, a dévoilé un plan de réorganisation qui prévoit la suppression de 547 postes, soit une réduction de près d'un tiers de ses effectifs ([Morris, 2023](#)).

L'industrie du jeu vidéo n'est guère mieux lotie. Rien qu'au Québec, on estime que 400 à 500 travailleurs du secteur du jeu vidéo ont été mis à pied par de grands studios comme Ubisoft, Behaviour Interactive, Eidos-Montréal et Beenox, quelques mois seulement après le début de l'année 2024 ([CBC News, 2024b](#)).

« [L'industrie] est plus équitable que jamais. Cependant, à mesure que l'industrie rétrécit et que la production canadienne ralentit, **les occasions de donner leur chance à des sujets qui semblent marginaux sont réduites. Il y a moins d'appétit pour le risque.**

—**Entretien avec une partie intéressée**, acteur

## **Un nouvel environnement législatif**

Le 27 avril 2023, le Sénat a approuvé le projet de loi C-11, également connu sous le nom de Loi sur la diffusion continue en ligne. Soutenu par les diffuseurs canadiens et les géants des télécommunications, le projet de loi modifie la Loi sur la radiodiffusion canadienne pour inclure les plateformes de diffusion en continu en ligne telles que Netflix et Amazon Prime, accordant ainsi au Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC) un plus grand contrôle sur ces entreprises de médias numériques.

La majorité des personnes intéressées soulignent que l'industrie canadienne est petite et que l'état désastreux du secteur médiatique a eu d'importants effets en aval sur la représentation des personnes 2ELGBTQIA+. Presque toutes s'entendent que **les décideurs considèrent la représentation des personnes 2ELGBTQIA+ comme un risque**, une hypothèse que ne soutient pas notre analyse de contenu, où 73 % des émissions de télévision canadiennes populaires incluent une forme de représentation 2ELGBTQIA+.

« J'ai travaillé au Canada et aux États-Unis. J'ai parfois l'impression que les diffuseurs canadiens, les personnes qui prennent ces décisions, n'ont pas les mêmes motivations que les Américains. Ils touchent leur salaire et rentrent chez eux, qu'ils aient réussi ou non. Il y a du conservatisme : *ne pas faire de vagues, garder mon emploi*. **Au Canada, il n'y a aucune raison d'être audacieux.**

—**Entretien avec une partie intéressée, Michelle Mama**,  
cinéaste, réalisatrice et productrice

« **Les gens sont terrifiés à l'idée de perdre leur emploi dans ce secteur.** Il n'y a pas énormément d'emplois dans les médias. Souvent, les personnes ne veulent miser que sur ceux qui ont régulièrement réussi par le passé. **Il est donc plus difficile d'ouvrir la porte à d'autres types de personnes.**

—**Entretien avec une partie intéressée**, cadre dans le secteur  
des médias

### **Qui finance nos histoires ?**

En 2021, on a appris dans les nouvelles que l'argent des contribuables canadiens provenant des fonds destinés aux médias servait à financer des productions qui interdisaient le contenu 2ELGBTQIA+, une politique discriminatoire en violation directe de la Charte canadienne des droits et libertés. Il a été révélé que des équipes de production canadiennes s'étaient associées à BYUtv, la branche de télévision de l'université Brigham Young de l'Utah. BYUtv est détenue en partie par l'Église conservatrice de Jésus-Christ des Saints des Derniers Jours, également connue sous le nom d'Église LDS ou d'Église mormone. Sa politique consistant à ne pas présenter de personnages identifiés comme 2ELGBTQIA+ a suscité l'indignation de nombreux professionnels du secteur des médias canadiens ([Schneller, 2021](#)).

« Les équipes de création et de production ainsi que les réseaux canadiens ont besoin de contrôler leur contenu pour s'assurer que nous n'avons pas à faire de concessions en matière de représentation. Nous ne pouvons pas nous intéresser uniquement à faire de l'argent [...] Nous ne devrions pas nous retrouver dans une situation où les producteurs se sentent obligés de s'allier à des organisations conservatrices pour produire du contenu canadien.

— **Entretien avec une partie intéressée, JP Larocque,**  
scénariste et producteur

À la suite de ce tollé médiatique, le partenaire canadien de BYUtv, Marblemedia, a déclaré qu'il inclurait des personnages 2ELGBTQIA+ dans les prochaines saisons de ses coproductions ([Simonpillai, 2021](#)). Néanmoins, l'argent des contribuables canadiens est toujours investi dans une organisation qui agit en violation des lois canadiennes contre la discrimination et l'incitation à la haine. Les directeurs de série ont défendu ces coproductions en les présentant comme une conséquence de l'état désespéré de l'industrie.

Alors que les plateformes de diffusion en continu américaines comme Netflix et Amazon détournent de plus en plus l'auditoire du contenu canadien, les personnes participantes affirment que les industries pourraient tirer profit d'un changement de perspective. La réussite de *Canada's Drag Race : que la meilleure gagne* et de *Sort Of* démontre le succès de choix audacieux mettant en avant la représentation des personnes 2ELGBTQIA+. Les personnes interrogées estiment que moins d'hésitation pourrait aider les médias canadiens à se démarquer.

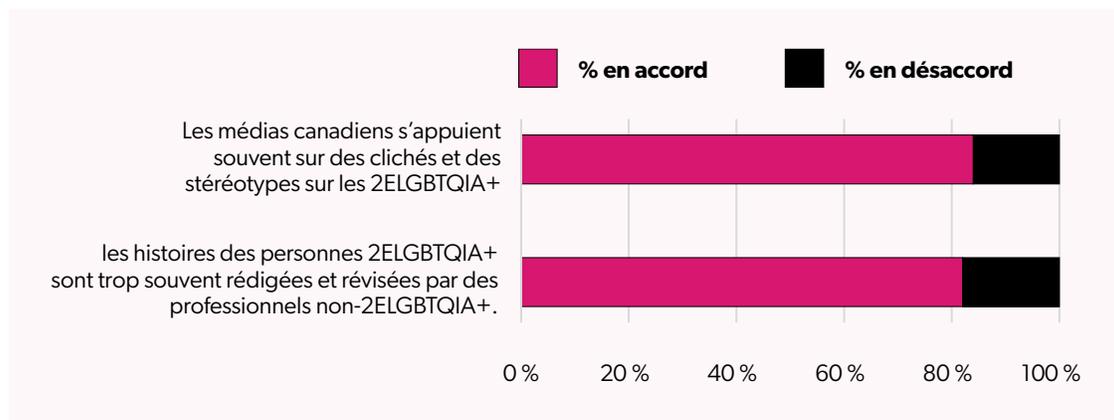
« L'industrie canadienne des médias a besoin de savoir et de croire que les histoires queer sont tout aussi importantes, intéressantes et rentables que les histoires non queer.

— **Producteur et membre de l'équipe technique d'un réseau de télévision canadien,** homme cis gai/queer

## 4.3 Des récits s'appuyant trop sur les clichés et les stéréotypes

*Les professionnels des médias de différents secteurs témoignent de leur frustration devant la persistance durable de représentations stéréotypées et réductrices des personnages 2ELGBTQIA+. Non seulement ces archétypes superficiels limitent les représentations authentiques, ils contribuent aussi à une vision négative des personnes 2ELGBTQIA+.*

La surabondance des récits réducteurs est perçue comme un troisième obstacle à l'émergence de personnages 2ELGBTQIA+ authentiques, en lien avec les quatrième et cinquième obstacles. **Les personnes interrogées hétérosexuelles sont nettement plus susceptibles d'identifier ce genre de récit comme un obstacle par rapport aux obstacles plus systémiques abordés dans la présente étude.**



84 % des personnes interrogées croient les médias canadiens s'appuient souvent sur des clichés et des stéréotypes sur les 2ELGBTQIA+, et presque autant (82 %) de professionnels de ce secteur sont d'avis que les histoires des personnes 2ELGBTQIA+ sont trop souvent rédigées et révisées par des professionnels non-2ELGBTQIA+. Ensemble, **ces résultats suggèrent que la prévalence de clichés négatifs et de représentations réductrices résulte directement de l'absence de professionnels 2ELGBTQIA+ dans les salles de rédaction.**

« Le premier problème était d’obtenir une représentation de ces communautés. Nous avons surmonté cet obstacle. Nous avons une « représentation ». Il est maintenant temps de l’affiner afin qu’elle soit une représentation *fidèle*. Pour y parvenir, nous avons besoin de voix *réelles* dans les salles où ces histoires voient le jour. À la télévision canadienne, il semble que beaucoup de cases sont cochées, mais que cela ne se traduit pas par des récits véritablement exhaustifs et authentiques.

—**Entretien avec une partie intéressée, Michelle Mama,**  
cinéaste, réalisatrice et productrice

Les professionnels 2ELGBTQIA+ n’ont pas l’impression que le secteur des médias canadiens retransmet avec fidélité la réalité de leur vécu. Cela est particulièrement vrai pour les personnes trans et ayant une diversité de genre, et pour celles qui subissent d’autres formes d’oppression croisées. Le manque de recherches et une compréhension limitée de la part des scénaristes cisgenres hétérosexuels sont souvent désignés comme les causes de cette représentation insuffisante.

« Cela s’explique d’une part par la composition du personnel et par la représentation des personnes 2ELGBTQIA+ dans l’industrie elle-même. Pendant longtemps, la communauté queer a été représentée sous le prisme de la blancheur cisgenre. Je pense que, peu à peu, davantage de voix queers émergent dans l’industrie et y apportent leurs expériences intersectionnelles différentes. Cependant, je pense que le **Canada tarde un peu à faire entendre ces voix et à les écouter**, afin que nous puissions nous voir représentés à l’écran.

—**Entretien avec une partie intéressée, JP Larocque,**  
scénariste et producteur

« Afin de raconter les histoires authentiques des personnes 2ELGBTQIA+, **les membres de ces communautés doivent être embauchés et impliqués à toutes les étapes de la production, et même de la postproduction.** Souvent, les personnes assurant ces tâches ne comprennent pas les nuances de l’histoire et ne parviennent pas à représenter correctement nos vies et nos expériences. Les récits dont les communautés queers ont besoin et qu’elles désirent ne peuvent être élaborés que par nous et avec nous.

—**Rédactrice en chef à la télévision canadienne,** femme  
cisgenre lesbienne

« Il y a souvent une personne queer de service à l'écran, alors que dans la plupart des cercles sociaux que je fréquente, il y a de très nombreuses personnes queers en permanence. Il me semble bizarre que cette expérience soit si rare.

—**Productrice de jeux canadienne**, femme cisgenre bisexuelle

## En coulisses : la représentation à tous les niveaux

En dehors des films et des jeux vidéo indépendants, la majorité des productions médiatiques dépend des efforts de très nombreuses personnes. Alors que les scénaristes imaginent une histoire qu'ils couchent sur du papier, celle-ci voit le jour grâce aux acteurs, réalisateurs, producteurs, directeurs artistiques, régisseurs de distribution, costumiers, directeurs de la photographie et beaucoup, beaucoup d'autres personnes, y compris les monteurs qui assemblent un film ou une émission de télévision. Dans l'industrie du jeu vidéo, un seul titre cache des centaines de professionnels créatifs et techniques.

« L'un des éléments que la communauté médiatique a beaucoup abordés ces dernières années est la possibilité de raconter des récits authentiques. Les entreprises de contenu et les médias y parviennent, entre autres, en embauchant des personnes clés qui sont membres de cette communauté. Si ces personnes racontent leur propre histoire, vous allez potentiellement éviter les écueils, car vous pouvez compter sur quelqu'un qui a vécu cette expérience et qui peut l'intégrer au processus de production.

—**Entretien avec une partie intéressée**, responsable d'un média

Plusieurs parties intéressées indiquent que, même quand les salles de rédaction sont représentatives de la diversité, la plupart des informations proviennent de décideurs cisgenres hétérosexuels, qui exigent des modifications amenuisant les nuances des représentations des 2ELGBTQIA+. D'autres personnes interrogées indiquent qu'une pluralité des perspectives 2ELGBTQIA+ garantit que tous les aspects d'un projet reflètent les expériences vécues, et beaucoup affirment que la présence de davantage de personnes 2ELGBTQIA+ sur le plateau permet de se sentir plus à l'aise et mène à des interprétations plus authentiques.

« Depuis que je travaille dans ce secteur, je crois vraiment que les choses se sont améliorées. Davantage de personnes queers aux identités intersectionnelles travaillent dans différents domaines de ce milieu professionnel, ce qui permet à plus de voix de peser et d’appréhender des concepts dans le développement d’une intrigue, de sa genèse initiale à la postproduction. Ces personnes sont en mesure d’affirmer : « Hé, cela ne correspond pas à une expérience vécue concrète, d’accord ? » Cela peut porter sur des détails, comme l’agencement des décors, mais quand vous représentez cela à l’écran, vous voyez immédiatement que cela ne correspond pas à l’expérience vécue par une personne issue de cette communauté. Les choses s’améliorent grâce aux voix multiples et à leur mélange.

— **Entretien avec une partie intéressée, JP Larocque,**  
scénariste et producteur

« La personne qui se tient derrière la caméra fait la différence. L’espace dans lequel vous travaillez fait la différence. Si une personne trans s’occupe du son ou bien si votre maquilleuse est une femme queer, cela est normalisé sur le plateau. Quand vous vous sentez bien accueilli et que vous pouvez offrir votre meilleur jeu d’acteur/d’actrice, cela crée une énorme différence sur ce qu’est en substance le plateau.

— **Entretien avec une partie intéressée,** acteur

## 4.4 Des financements, une distribution et un marketing inadaptés

*Les bailleurs de fonds, les responsables des réseaux de distribution ainsi que les producteurs canadiens exercent un pouvoir énorme sur les récits qui sont racontés et sur les personnes qui les racontent. Cependant, les modèles de financement du Canada empêchent les professionnels 2ELGBTQIA+ d’accéder aux ressources dont ils ont besoin pour raconter leurs récits authentiques.*

Les luttes créatives sont indissociables des luttes financières. Les personnes participantes s’accordent que le renforcement du financement des **professionnels 2ELGBTQIA+** afin qu’ils puissent raconter leur propre récit permettra de proposer des médias de meilleure qualité et plus authentiques sur les écrans canadiens. En même temps, ces professionnels ne font pas preuve de naïveté. Ils admettent que le cinéma, la télévision, la diffusion en continu et le développement des jeux vidéo sont des secteurs complexes. **Ainsi, l’obstacle ne réside pas**

**vraiment dans le manque de financements dans les médias canadiens, un phénomène qui touche tout le monde, mais plutôt dans les inégalités généralisées qui frappent de façon disproportionnée les professionnels 2ELGBTQIA+, en particulier les personnes trans et ayant une diversité de genre.**

« Il ne manque pas d'artistes, de scénaristes, de producteurs et d'autres professionnels 2ELGBTQIA+. L'occasion de raconter nos propres récits ne nous est tout simplement pas donnée. Ce sont souvent des personnes hétérosexuelles qui racontent les récits de personnes queers et, souvent, nous ne recevons pas les fonds nécessaires pour raconter nos récits. Il revient aux organismes de financement, ainsi qu'aux hauts dirigeants, de veiller à ce que les personnes queers puissent avoir leur chance de réussir dans l'industrie.

—**Producteur et acteur canadien**, personne de genre queer bisexuelle/queer

## **Soutenir les talents 2ELGBTQIA+**

Les diffuseurs publics sont en quête d'un public pour stimuler les recettes publicitaires et les secteurs commerciaux visent le rendement de leur investissement. Les acteurs du secteur et les professionnels des médias rappellent avec insistance que les professionnels **2ELGBTQIA+ ne peuvent pas démontrer qu'ils sont capables d'attirer un public et de générer des recettes si on ne leur en donne jamais la chance.**

L'émission *Canada's Drag Race* est devenue la production originale la plus plébiscitée dans

## **L'état du financement du contenu canadien**

Les diffuseurs canadiens sont tenus de consacrer au moins 5 % de leur revenu brut à des émissions d'intérêt national, lesquelles sont définies comme des émissions dramatiques ou comiques canadiennes, des documentaires de longue durée canadiens, et certaines cérémonies de remise de prix canadiennes en particulier ([Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes, 2010](#)).

Étant donné l'adoption du projet de loi C-11, le CRTC exigera bientôt que les services de diffusion en continu en ligne consacrent 5 % de leurs revenus canadien au soutien de contenu canadien ([Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes, 2024](#)). Cette exigence entrera en vigueur lors de l'année de diffusion 2024–2025 et, selon les estimations, entraînera la distribution de quelque 200 millions de dollars en financement.

Au pays, le Fonds des médias du Canada (FMC) est le plus grand bailleur de fonds pour le contenu canadien à travers toutes les plateformes audiovisuelles. L'an dernier, le FMC a appuyé plus de 1300 projets dans les industries des médias ([Fonds des médias du Canada, 2023a](#)).

l'histoire de Crave, ce qui remet en cause l'idée que les contenus 2ELGBTQIA+ ne font pas recette. Offrir aux créateurs 2ELGBTQIA+ la possibilité de faire leurs preuves permettra au secteur de répondre à la demande du public en faveur d'une véritable représentativité.

« Le secteur canadien des médias doit savoir et croire que les histoires des queers sont tout aussi importantes, intéressantes et rentables que les histoires des non-queers. Il y a véritablement une crainte d'investir dans les histoires de personnes queers, comme elles sont perçues comme moins rentables. Voilà tout. Il nous faut plus de modèles commerciaux queers, diversifiés et originaux. *Canada's Drag Race* est un début, mais nous avons besoin de davantage de diversité dans la programmation d'émissions queers et rentables.

—**Producteur de télévision et employé technique canadien,**  
homme cis gai/queer

## **Donner la priorité aux voix des 2ELGBTQIA+ pour raconter les récits 2ELGBTQIA+**

Il est globalement admis que les fonds publics sont limités. Néanmoins, les personnes interrogées sont persuadées que le financement public des récits des 2ELGBTQIA+ devrait revenir aux créateurs 2ELGBTQIA+. Les parties intéressées et les professionnels proposent que les organismes de réglementation matérialisent ce changement grâce à des enveloppes de financement dédiées et à des mandats de représentation en coulisses qui mettent l'équité en avant plutôt que de simplement cocher des cases. L'engagement à donner la priorité aux voix des 2ELGBTQIA+ pour raconter leurs propres histoires mènera à la transmission d'images plus significatives en promouvant une représentation plus précise et plus authentique.

## ***Le Forum international du financement d'Inside Out apporte des changements significatifs***

L'IFF du festival Inside Out est le premier et le seul fonds 2ELGBTQIA+ en son genre. Il donne aux producteurs, réalisateurs et scénaristes 2ELGBTQIA+ la possibilité de créer des contenus 2ELGBTQIA+ significatifs grâce au mentorat, au développement professionnel et à une plateforme leur permettant de soumettre leurs projets aux décideurs.

« Les bailleurs de fonds continuent de verser de l'argent à des personnes qui ne sont pas issues de nos communautés. Et comme les comités de sélection des bailleurs de fonds ne nous représentent pas, les films transphobes ou homophobes continuent à être financés.

—**Entretien avec une partie intéressée**, producteur, scénariste et réalisateur de films

« Je crois qu'une loi ou des règles de la part de Téléfilm Canada ou du FMC sont nécessaires. Elles sont nécessaires pour imposer le changement [...] La thèse générale selon laquelle « il faut relier le changement au capital » est probablement le moyen d'obtenir des résultats, car l'activité tourne autour des bénéfices.

—**Entretien avec une partie intéressée**, responsable d'un média

## Attentes à l'égard du travail non rémunéré et faiblement rémunéré

Les personnes participantes critiquent la nécessité pour les jeunes professionnels d'effectuer des tâches non rémunérées ou faiblement rémunérées, notant que cela renforce l'exclusion systémique. Ils expliquent que le modèle de financement du Canada repose sur des candidatures dont les critères comportent intrinsèquement un biais favorable à celles et ceux pouvant travailler gratuitement, ce qui marginalise encore plus les créateurs 2ELGBTQIA+.

« L'obligation d'accepter des emplois mal payés et des stages non rémunérés pour pouvoir rejoindre un syndicat et pour obtenir des occasions de développement de carrière et de partage des compétences représente un obstacle. Nous sommes souvent fragiles financièrement à notre arrivée dans le secteur, et exiger de notre part un travail non rémunéré nous empêche de nous engager véritablement dans des voies professionnelles.

—**Réalisateur/réalisatrice et scénariste canadien/ne**, queer non binaire

« La forme actuelle du système favorise ceux qui ont de l'argent ; l'argent appelle l'argent. Qui consentira aux créateurs marginalisés des prêts bancaires s'ils n'ont pas de fonds propres ? Les microbudgets sont insuffisants et ne constituent pas des modèles de financement durables.

—**Réalisatrice, productrice et scénariste canadienne**, femme trans

Les professionnels 2ELGBTQIA+ du secteur des jeux vidéo, qui, comme l’a révélé notre enquête, affrontent des obstacles beaucoup plus importants en coulisses, soulignent l’urgence de financer les créateurs de jeux émergents. Pour bon nombre de ces personnes, la création de studios indépendants est le seul moyen de partager leurs histoires de façon durable et en toute sécurité.

« Davantage de capital de démarrage pour les jeunes créateurs 2ELGBTQIA+ qui souhaitent fonder leur propre studio ou groupe de jeux. Nous ne pouvons pas remédier au leadership brisé par des hommes cis dans les jeux vidéo. Nous devons mettre sur pied nos propres projets et nous avons besoin d’argent pour cela, car la plupart d’entre nous n’ont pas de ressources.

—**Créatrice de jeux vidéo, productrice, programmeuse canadienne**, femme lesbienne trans

## Des stratégies de vente judicieuses

Alors que la présente étude se penche principalement sur la façon de *créer* du contenu 2ELGBTQIA+ authentique, de nombreuses personnes participantes pensent qu’il est tout aussi important de *promouvoir* le contenu 2ELGBTQIA+. Les professionnels remarquent qu’un cadrage inadapté ou le manque de marketing ciblé empêchent les médias 2ELGBTQIA+ d’atteindre leur public cible. Une partie intéressée souligne que les canaux publicitaires traditionnels ne touchent pas beaucoup de personnes de moins de 30 ans et que certains contenus 2ELGBTQIA+ ne sont donc pas visionnés par le public auquel ils sont destinés.

« [Les réseaux de télévision] doivent élargir leur auditoire. Ils doivent être plus audacieux. Ils doivent se pencher sur ce que les jeunes spectateurs regardent sur YouTube et TikTok et essayer de trouver la formule adaptée à cela.

—**Entretien avec une partie intéressée, Ian Iqbal Rashid**, scénariste et réalisateur

« Donner aux médias qui brossent une image juste et exacte une chance égale et équitable sur le marché. Utiliser des données statistiques et des projections pour inciter les producteurs et les investisseurs à prendre pour modèle les exemples de jeux 2ELGBTQIA+ à succès qui ont dépassé les attentes commerciales. De nos jours, les médias 2ELGBTQIA+ ne reçoivent qu’une publicité et une promotion limitées, soit en raison d’un manque de financement pour les créneaux publicitaires ou la commandite des médias sociaux, soit en raison d’un cadrage imprécis.

—**Artiste de jeu canadien/ne**, au genre fluide/non binaire bi/pan/queer

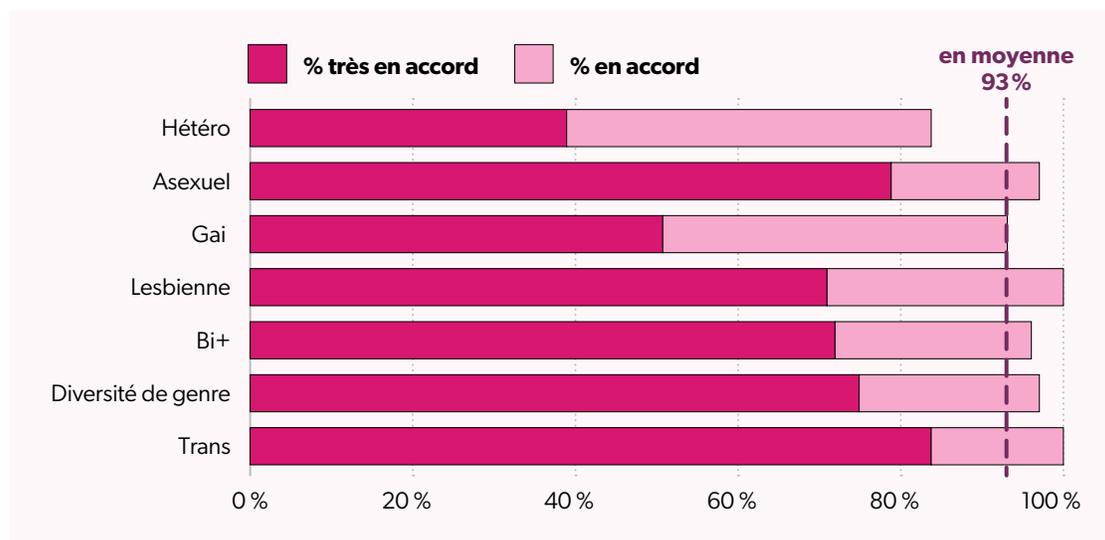
Investir dans des productions sans tenir compte du marketing risque de vouer la représentation 2ELGBTQIA+ à l'échec. L'écosystème de l'industrie est tel que les médias doivent prouver leur réussite, qui est mesurée par la taille de l'auditoire, la réception par le public, et les ventes. Si le public ne sait pas que le contenu existe, il ne montrera aucun intérêt, peu importe si ce contenu est véritablement authentique. Des stratégies de marketing qui atteignent et touchent les publics cibles sont essentielles pour s'assurer que les Canadiens se sentent représentés.

« Ce n'est pas aussi facile que de dire « si vous le proposez, ils viendront le voir ». Si vous avez un contenu parfait avec une excellente représentation, mais que personne n'investit le moindre centime pour le commercialiser, il est probable que ce ne sera pas un franc succès. C'est la fonction du *gatekeeping* : choisir de financer telle émission plutôt qu'une autre ; décider de commercialiser telle émission plutôt qu'une autre. Peu importe pour quel service travaillent les personnes occupant ces fonctions, elles ont le pouvoir d'influencer considérablement le débat culturel.

— **Entretien avec une partie intéressée**, responsable d'un média

## 4.5 La réduction symbolique des professionnels 2ELGBTQIA+

*Les professionnels 2ELGBTQIA+ indiquent se sentir réduits à l'état de symbole par des tentatives limitées d'inclusion de la diversité qui les réduit à leur identité de genre ou à leur orientation sexuelle. Ils ont souvent l'impression d'être des employés jetables qui ont été intégrés dans un projet pour cocher une case, ce qui minimise ou passe sous silence la valeur de leurs contributions créatives.*



**Les professionnels 2ELGBTQIA+ sont chargés d'incarner toutes les identités 2ELGBTQIA+**

Il existe un consensus quasi unanime sur l'idée que les professionnels 2ELGBTQIA+ sont chargés d'incarner les besoins de toutes les identités 2ELGBTQIA+ (93 %), un sentiment partagé par toutes les personnes trans et lesbiennes interrogées (100 %). Quand le poids de la représentation repose indûment sur une seule et même personne, la peur de l'échec est démultipliée. Plusieurs personnes participantes s'inquiètent de la façon dont leur travail est défini comme représentatif de « l'ensemble de la communauté 2ELGBTQIA+ » alors qu'il y a autant de communautés 2ELGBTQIA+ qu'il y a d'identités.

« Il y a beaucoup de réduction à un symbole, et nous en sommes là actuellement. « J'aurai un homme trans. J'aurai un homme queer. » Tout le monde a le sien, et il est difficile d'être cet individu, car une seule personne ne peut pas représenter l'ensemble d'une communauté. C'est un spectre. C'est différent pour chacun. Pourtant, nous devons toujours défendre l'ensemble de notre communauté et nous battre seuls. Si nous rassemblons davantage de personnes à bord, le poids de cette responsabilité nous semblera plus facile à porter.

— **Entretien avec une partie intéressée**, producteur, scénariste et réalisateur de films

Les professionnels 2ELGBTQIA+ déclarent se sentir réduits à l'état de symbole dans les productions où ils sont les seuls employés 2ELGBTQIA+. Non seulement cela bride leur capacité à contribuer créativement à un projet, mais leur impose aussi d'occulter certaines de leurs caractéristiques sur leur lieu de travail. Une partie intéressée raconte son expérience libératrice dans une production où elle n'était pas la seule personne d'Asie du Sud, ni la seule personne trans, ni la seule personne non binaire. Au contraire, cette personne a pu être une *nerd*, libérée du fardeau de devoir représenter toutes les personnes 2ELGBTQIA+, et capable d'apporter sa sensibilité unique au projet. L'embauche de professionnels 2ELGBTQIA+ ayant vécu toute une gamme d'expériences peut ouvrir la porte à des critiques constructives et permettre aux équipes créatives de raconter des histoires plus nuancées.

## Des efforts superficiels en matière de diversité

Les parties intéressées ont aussi signalé des cas où la diversité et l'inclusion ont été instrumentalisées dans des productions dominées par des personnes non membres de la communauté 2ELGBTQIA+. Plusieurs personnes participantes ont témoigné d'expériences où elles se joignent à une production pour découvrir que leur rôle est de se taire et de donner accès à un crédit d'impôt à travers leur identité.

« Dans le passé, il m'est arrivé de me rendre dans des salles de rédaction et de savoir exactement quel était mon rôle : si l'émission est critiquée, ils peuvent me montrer du doigt et dire : « regardez, nous avons ce type dans notre salle ».

—**Entretien avec une partie intéressée, Ian Iqbal Rashid**, scénariste et réalisateur

« Les responsables des entreprises médiatiques canadiennes et les gestionnaires qui supervisent les projets créés. Beaucoup d'entre eux affirment être inclusifs, mais ils utilisent le contenu queer comme un moyen de cocher une case de la diversité afin de s'autoféliciter tout en réduisant au silence les membres de la communauté queer.

—**Directeur artistique de la télévision canadienne**, homme cisgenre queer

Pour être pertinentes, les initiatives de recrutement axées sur la diversité doivent être associées à l'inclusion et à l'équité. Passer outre la capacité d'un professionnel à contribuer créativement à un projet rend ces efforts vains et contribue à l'exclusion encore davantage du secteur. Comme l'a souligné une personne interrogée, l'un des dangers des initiatives superficielles en matière de diversité est que les professionnels 2ELGBTQIA+ deviennent remplaçables, car leur valeur n'est pas intégrée au projet dans son ensemble.

« Toutes ces jeunes personnes qui se voient offrir des occasions dans ces émissions sont-elles véritablement autorisées à y contribuer de façon créative ? Ou bien sont-elles littéralement inscrites sur la liste des crédits afin que quelqu'un puisse recevoir des crédits d'impôt sur leur dos ?

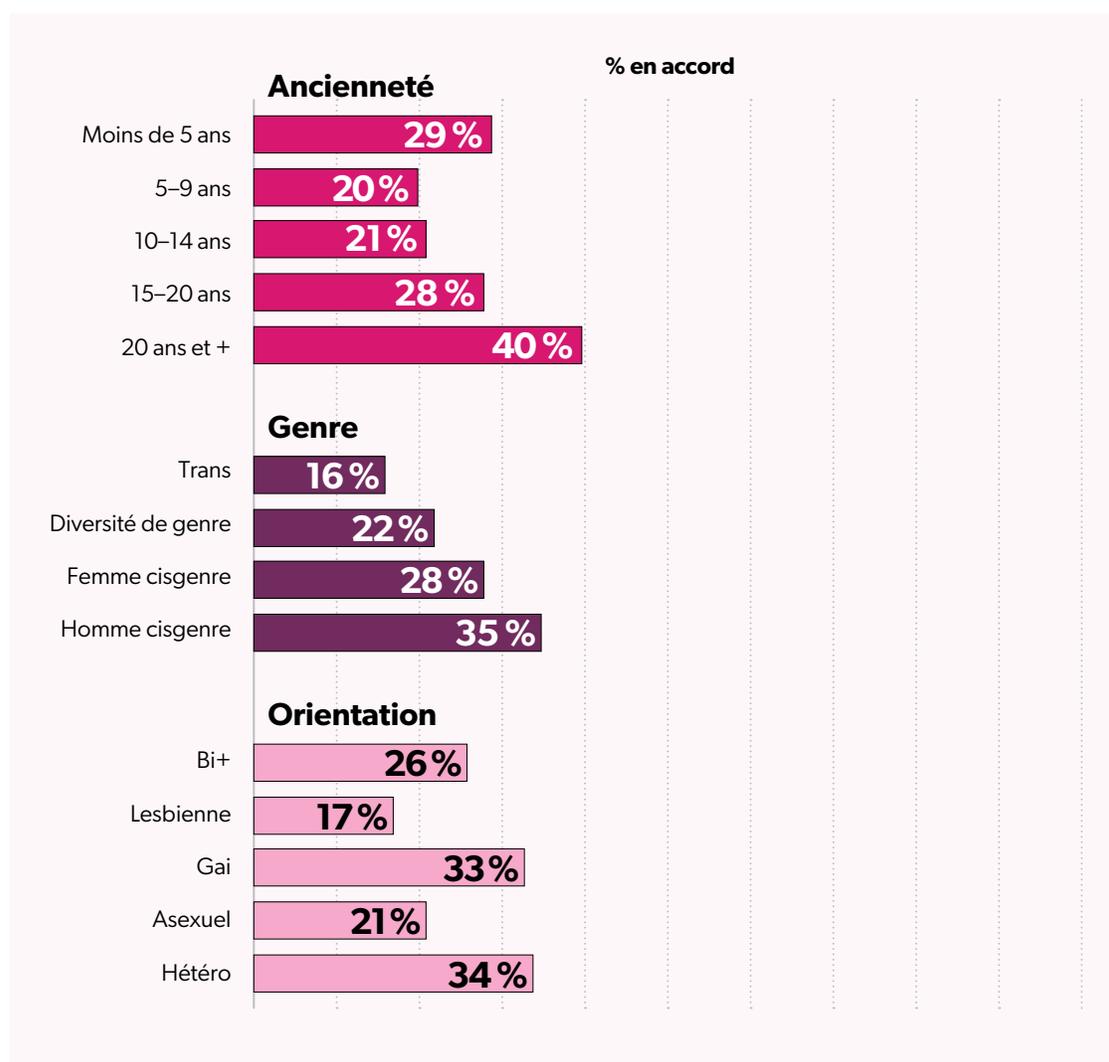
—**Entretien avec une partie intéressée, Michelle Mama**, cinéaste, réalisatrice et productrice

« Nous sommes des employés jetables, surtout quand nous demandons à ceux qui détiennent le pouvoir de faire davantage d'efforts ou de rendre des comptes. Nous avons vu énormément de personnes perdre leur emploi dans l'industrie du jeu vidéo ces deux dernières années, et ceux qui gagnent des salaires énormes au sommet ne sont presque jamais ceux qui font un pas en avant, acceptent une réduction de salaire et permettent à un studio de continuer à fonctionner dans les moments difficiles.

—**Créatrice de jeu et productrice canadienne**, femme cis lesbienne

## 4.6 Moins de possibilités de mentorat et d'occasions de développement de carrière

*Les professionnels 2ELGBTQIA+ sont mal lotis en matière de développement de carrière et de mobilité ascendante. Seuls 28 % des professionnels du secteur estiment que les industries canadiennes des médias encouragent correctement des talents issus de la diversité hors des écrans. Un mentorat efficace touche tout le monde, mais les professionnels 2ELGBTQIA+ ressentent un manque important à cet égard en raison d'iniquités systémiques.*



**Les industries canadiennes des médias développent des talents diversifiés**

L'ancienneté des répondants a une influence considérable sur leur perception de la difficulté du développement de carrière. Les jeunes professionnels sont plus enclins à signaler qu'ils sont conseillés par autrui tandis que les professionnels en milieu de carrière se sentent moins soutenus. Ceux qui ont plus de vingt ans d'expérience dans le secteur sont nettement plus enclins à penser que les industries canadiennes des médias développent adéquatement des talents diversifiés hors écran.

Ces résultats révèlent que ceux qui ont le plus d'occasions de proposer un mentorat surestiment la formation existante. Au contraire, les professionnels en milieu de carrière qui sont les mieux placés pour accéder à des postes de direction reçoivent moins de soutien. Il faut en outre noter que le manque **de formation est inégalement ressenti par les professionnels 2ELGBTQIA+ ; les répondants trans, les lesbiennes et les asexuels ressentent plus fortement le manque d'occasions de formation, tandis que les réponses des hommes gais sont semblables à celles des répondants hétérosexuels.** Il y a donc là un autre exemple d'un écart de perception majeur qui s'est manifesté dans la présente étude.

« Le mentorat est la priorité numéro un. Remettre l'ascenseur en place et permettre l'ascension sociale. Il s'agit d'une question de confiance. Je ne crains pas que quelqu'un vienne prendre mon travail. Je ne suis pas compétitive. Je veux aider, grandir, encadrer, encourager et enseigner. Qu'est-ce que cela vous coûte d'aider quelqu'un d'autre ? Un petit changement peut changer toute une vie, mais il y a tellement de résistance au niveau des réseaux. Tout ce que nous faisons, c'est donner à une jeune personne queer une occasion qu'elle est prête à saisir.

— **Entretien avec une partie intéressée, Michelle Mama,**  
cinéaste, réalisatrice et productrice

Le mentorat est déterminant pour s'assurer que les professionnels 2ELGBTQIA+ soient prêts à accéder à des postes décisionnels. Comme l'expliquent plusieurs personnes participantes, il arrive souvent qu'une production donne une promotion à quelqu'un sans lui avoir donné une formation adéquate, soit en raison de mesures de diversité superficielles (c'est-à-dire une diversité sans équité ni inclusion), soit avec l'intention de le voir échouer. Puis, en raison de la tendance observée à réduire à des symboles les professionnels 2ELGBTQIA+, la production peut les utiliser comme exemple de l'inefficacité de l'embauche de personnes issues de la diversité ou de la représentation en coulisses. Le mentorat et la promotion sont intimement liés.

« Ouvrir les vannes en matière de financement sans avoir abordé la question de la formation et de l'éducation n'entraînera qu'un faible accroissement mesurable de l'accès pour les créateurs 2ELGBTQIA+. Un arbre ne pousse pas à partir de ses branches. S'attaquer aux obstacles revient à enlever les pierres du sol et à fertiliser les graines existantes (qui sont déjà là et l'ont toujours été). L'approche de la gestion des obstacles est tout aussi importante que leur décèlement.

—**Réalisateur et scénariste canadien**, bispirituel

Les personnes participantes mentionnent en outre de la nécessité d'un mentorat tout au long de la carrière afin de favoriser une progression durable et sur le long terme. Comme nous l'avons mentionné précédemment, les mentors peuvent aider les talents émergents et en milieu de carrière par la formation, l'accès à l'emploi et le tissage de réseaux, ce dernier aspect étant particulièrement important pour faciliter la mobilité ascendante. Plusieurs parties intéressées ont mentionné s'être butées à des obstacles infrastructurels en lien avec le mentorat, notamment le manque de financement, le manque de mentors et la bureaucratie liée aux marges de crédit.

« Élaborer un programme de mentorat pour les postes en coulisses, des chefs de projet aux producteurs, et des directeurs techniques aux directeurs de la technologie, afin de faciliter la mobilité ascendante, le développement professionnel et une évolution de carrière à long terme pour les professionnels 2ELGBTQIA+. Un plan de carrière viable et permanent dans le monde des médias linéaires ou numériques interactifs au Canada soutiendrait beaucoup l'implantation de personnes queer dans toutes les strates de l'écosystème de développement des médias.

—**Producteur de jeux canadien**, homme gai cis

## Dépasser les salles de rédaction



**92 % des auteurs et scénaristes croient qu'il est difficile d'acquérir l'expérience nécessaire pour accéder à des fonctions de direction quand on n'est pas sur un plateau de tournage.** L'une des parties intéressées souligne que la prochaine génération de directeurs de séries n'est pas formée parce que les productions ne paient pas les scénaristes pour qu'ils quittent la salle de rédaction et accèdent à un parcours professionnel indispensable.

« L'un des problèmes que j'observe au Canada est qu'il est difficile pour les scénaristes de sortir de la salle de rédaction et de se rendre sur les plateaux de tournage. J'ai appris la réalisation en étant scénariste sur le plateau, et j'ai appris à être directeur de série parce que je sais ce que c'est que d'être sur le plateau et de travailler en postproduction. Ce qui se passe ici, c'est que les jeunes scénaristes ne sont pas invités sur les plateaux pour leurs épisodes ou pour observer comment les choses se passent, et qu'ils sont donc cantonnés à la salle d'écriture en tant que scénaristes juniors. Ainsi, les femmes, les personnes de couleur et les scénaristes queers n'accèdent pas aux postes de directeur de série. Cela aggrave également le problème de la représentation à l'écran.

—**Entretien avec une partie intéressée, Ian Iqbal Rashid,**  
scénariste et réalisateur

Cet obstacle nous permet de boucler la boucle. Encore une fois, le changement ne peut se produire à partir de rien. S'engager envers une représentation significative des 2ELGBTQIA+ revient à s'engager à renverser chaque obstacle tout en érigeant des garde-fous qui garantissent la responsabilité. L'éducation et la formation à la lutte contre l'oppression, surtout en ce qui concerne la création d'environnements plus sûrs pour les personnes trans, sont les fondements de cette tâche.

## 5.0 Occasions pour une représentation 2ELGBTQIA+ plus authentique

Dans toutes les industries et pour toutes les identités, les personnes participantes perçoivent que des efforts sincères ont été déployés au cours des cinq dernières années pour améliorer la représentation des personnes 2ELGBTQIA+ à l'écran et en coulisses. Simultanément, ces personnes soulignent l'**insuffisance de l'état actuel de la représentation en notant que les représentations sont inégales, superficielles et toujours dépendantes de clichés et de stéréotypes négatifs.**

Les parties intéressées du secteur et les professionnels des médias suggèrent plusieurs pistes d'action directes et significatives que nous avons synthétisées ici. Les médias canadiens sont de plus en plus sollicités à adopter une approche de l'inclusion et de la représentation reposant sur l'équité. Comme le révèlent nos recherches, le **public veut voir sur les écrans canadiens une représentation précise, nuancée et authentique des 2ELGBTQIA+ qui reflète les expériences vécues.** Les occasions évoquées dans la présente section peuvent aider à susciter un dialogue pour répondre à cette demande.

### 5.1 Représenter toutes les identités 2ELGBTQIA+

Évaluer la représentation globale des 2ELGBTQIA+ est crucial pour mesurer les progrès, mais cela peut aussi occulter le fait que **certaines identités ont tendance à être plus représentées que d'autres.** La présente étude révèle que :

- Les personnages bispirituels, trans et ayant une diversité de genre sont extrêmement sous-représentés dans toutes les industries.
- Les personnages bi+ sont sous-représentés de façon disproportionnée par rapport aux personnages gais et lesbiens alors que près de la moitié des professionnels des médias 2ELGBTQIA+ s'identifient comme bi, pan ou queer.
- Deux lettres de l'acronyme utilisé tout au long du *Pink Paper* sont totalement absentes des écrans canadiens : les personnes intersexes et les personnes asexuelles.

« La représentation des trans est la pire, mais il y a des problèmes à l'égard de chaque aspect de notre communauté. Par exemple, nous n'abordons pas les identités intersexes et ne les comprenons pas. C'est encore difficile à trouver. Les personnes bisexuelles souffrent d'une forte stigmatisation. Aucun de nous n'est correctement représenté.

—**Entretien avec une partie intéressée**, producteur, scénariste et réalisateur de films

« Je ne vois jamais de représentation des personnes asexuelles, alors j'ai réalisé un court métrage qui raconte l'histoire d'une fille asexuelle. À ma grande surprise, même les festivals de films LGBTQ+ n'ont pas voulu le diffuser. En tant que cinéaste, il faut s'habituer au rejet, mais comme ce film était très personnel (j'essayais de créer une représentation asexuelle authentique inspirée de mes propres expériences), cela a été un énorme choc pour moi personnellement. De vieilles insécurités concernant le fait d'être valide ou d'être queer ont refait surface.

—**Réalisatrice et scénariste canadienne**, femme cis asexuelle

Nous nous trouvons à un tournant de l'histoire où les médias sont plus importants que jamais. Une représentation pertinente des personnages bispirituels, trans, intersexes, asexuels et bisexuels, ainsi que de ceux dont l'identité se situe plus confortablement au niveau du « + », peut offrir un miroir à ceux qui ont longtemps été défavorisés, promouvoir une meilleure compréhension au sein de la société canadienne, et incarner un moteur pour l'acceptation.

« Davantage de représentation des rôles trans, bispirituels et non binaires à l'écran (et derrière l'écran aussi). Il a été prouvé que les préjugés se nourrissent de l'ignorance et, à l'heure actuelle, compte tenu de la façon comment les personnes trans sont systématiquement traitées, il est plus essentiel que jamais de les représenter et d'éduquer par le biais de récits authentiques.

—**Directrice de la distribution de films canadienne**, lesbienne non binaire

« Il nous faut une plus ample représentation des identités moins connues (personnes pansexuelles, demisexuelles, asexuelles, etc.).

—**Lectrice de Xtra**, femme cis asexuelle queer

« Il faut que l'industrie réalise que le « + » est là pour une bonne raison.  
—Lecteur/trice de *Xtra*, femme asexuelle agendre

## 5.2 Une plus grande représentation intersectionnelle

Afin que la représentation des 2ELGBTQIA+ soit authentique, elle doit en outre refléter les identités croisées. De nombreuses personnes 2ELGBTQIA+ sont :

- autochtones, noires ou des personnes de couleur ;
- atteintes d'un handicap, neurodivergentes ou les deux ;
- à faible revenu ou pauvres.

Les parties intéressées et les personnes ayant répondu à l'étude croient que la représentation des 2ELGBTQIA+ a souvent été une représentation *blanche*. En outre, le handicap est souvent totalement absent des médias.

« Je pense que finalement, pendant un moment, le secteur s'intéressera aux récits de sortie du placard de personnes homosexuelles, ou bien à ceux de personnages trans et non binaires, mais souvent de façon isolée et rarement en parallèle. Il n'y a pas d'impression [qu']il existe une multitude d'autres histoires représentatives de l'expérience Queer, mais aussi [que] l'on peut élaborer plusieurs histoires sur l'identité Queer si l'on dispose de multiples personnages. **Le Canada est souvent très performant dans une certaine forme de représentation queer, mais au détriment de nombreuses autres histoires queers qu'il pourrait, à mon avis, aussi représenter.**

—Entretien avec une partie intéressée, **JP Larocque**,  
scénariste et producteur

Le manque de représentation intersectionnelle sur les écrans canadiens risque d'aggraver les exclusions systémiques. Bon nombre d'Autochtones, de personnes noires et de personnes de couleur se sentent sous-représentés dans les communautés 2ELGBTQIA+ ([Dayal, 2022](#)), tout comme de nombreuses personnes handicapées et neurodivergentes ([Tran et coll., 2023](#)). Voici ce que l'on qualifie de « violence latérale », un phénomène où des membres d'un groupe marginalisé perpétuent les préjugés à l'encontre d'autres personnes au sein de ce groupe. Les personnes participantes soulignent le besoin d'une représentation intersectionnelle positive au cinéma, à la télévision, dans la diffusion en ligne et dans les jeux vidéo, ainsi que d'une reconnaissance de l'impact de la colonisation et d'un effort franc pour effacer les inégalités systémiques.

« Au fil du temps, la pression s’est accrue, la prise de conscience s’est renforcée, on a mieux compris que, même au sein de la communauté queer, des personnes avaient été exclues de la représentation. Il y a beaucoup de personnages gais ou lesbiens, mais ils sont souvent blancs. **Il n’y a pas assez de représentation de l’ensemble de la communauté queer dans toutes ses composantes.**

—**Entretien avec une partie intéressée, Tom Hastings**, responsable d’un média

« Le fait d’être queer est très étroitement corrélé aux personnes de couleur et aux personnes handicapées, mais il y a peu de représentations visibles **et nous ne voyons pas de représentations positives.**

—**Entretien avec une partie intéressée**, producteur, scénariste et réalisateur de films

« Je veux voir davantage de récits du vécu exact et authentique de personnes autochtones, sans concession. Tout pour donner la part belle à notre joie irrésistible et contagieuse plutôt qu’à notre passé douloureux. Je veux une représentation des Autochtones qui ne se limite pas aux traumatismes et aux Autochtones faire-valoir, et je veux des déclarations directes et explicites sur l’impact de la colonisation.

—**Concepteur de jeux canadien**, queer bisexuel au genre fluide

« Il nous faut de la diversité en matière de représentation de la communauté 2ELGBTQIA+. Plus de représentation des PANDC, des personnes avec des aptitudes différentes, des personnes avec des corpulences différentes, et des personnes âgées.

—**Lecteur de Xtra**, homme cis gai

## 5.3 Célébrations de la joie des personnes 2ELGBTQIA+

Les participants 2ELGBTQIA+ s’accordent largement pour dire qu’ils souhaitent que le secteur s’éloigne des récits de traumatismes et de sortie du placard. Tandis que la rhétorique et les décisions politiques anti-2ELGBTQIA+ continuent d’exposer les adultes et les jeunes 2ELGBTQIA+ à des risques accrus, les médias disposent une occasion unique de lutter contre la haine en racontant des récits authentiques. Afin que le secteur médiatique canadien offre des miroirs et des fenêtres riches de sens, il faut des représentations authentiques de personnages 2ELGBTQIA+ qui mènent une vie normale, épanouie et heureuse.

« Nous ne devons pas cantonner la communauté 2ELGBTQIA+, mais permettre aux personnes 2ELGBTQIA+ de concevoir une grande variété d’histoires qui ne se concentrent pas sur les traumatismes, mais sur le bonheur.

—**Réalisateur/trice et scénariste canadien/ne**, au genre fluide, de genre queer et pansexuel

« Nous voulons simplement nous sentir bien. Nous voulons célébrer le fait d’être queers. Nous voulons voir où nous pouvons aller. Nous voulons emmener notre famille au cinéma et nous ne voulons pas qu’elle assiste à l’assassinat d’un queer.

—**Entretien avec une partie intéressée**, producteur, scénariste et réalisateur de films

« Commencez à créer d’autres histoires que celles des sorties du placard ou des récits traumatiques de personnes trans. Des récits où il s’agit simplement de l’expérience compliquée et parfois heureuse d’un personnage queer.

—**Entretien avec une partie intéressée, JP Larocque**, scénariste et producteur

### ***Sort Of : une sorte d’exception***

Plus de la moitié des parties intéressées ont cité l’œuvre de Bilal Baig et Fab Filippo, *Sort Of* (CBC Gem), comme un modèle de représentation authentique et un exemple de ce que les professionnels 2ELGBTQIA+ peuvent proposer quand ils reçoivent le soutien nécessaire. L’émission a reçu un Peabody Award for Entertainment en 2021 et a été la série télévisée la plus sélectionnée aux prix Écrans canadiens en 2022.

En suivant la vie de Sabi Mehboob, l’enfant non binaire d’immigrés pakistanais, *Sort Of* s’attache à l’identité trans sans tomber dans les clichés ou la description de traumatismes. ***Sort Of* est une série télévisée exceptionnelle, mais de nombreuses personnes interrogées craignent qu’elle ne devienne une exception. Au contraire, elles espèrent que son succès incitera le secteur canadien des médias à continuer d’investir dans une représentation fidèle.**

« Quand une série comme *Sort Of* existe, on espère qu'on tentera de produire davantage d'histoires de trans, de non binaires et intersectionnelles. Ce qui est étrange dans [l'industrie canadienne], c'est qu'il y a davantage une attitude du genre « bien, nous l'avons déjà fait. Passons à autre chose ». Ainsi, la représentation ne conduit pas nécessairement à davantage de représentation. Nous nous retrouvons avec bulles isolées d'émissions queers intéressantes, ou la lutte pour une représentation queer nuancée repart à zéro avec chaque nouvelle émission.

— **Entretien avec une partie intéressée, JP Larocque**, scénariste et producteur

## 5.4 Représentation dans les différents genres

Les personnes interrogées souhaitent de plus voir une plus grande variété d'histoires comportant des personnages et des thèmes 2ELGBTQIA+. L'identité n'est pas un genre en soi, et tous les genres et formats peuvent être considérés comme propices à une représentation authentique des 2ELGBTQIA+, y compris les romances, les comédies, la science-fiction, la *high fantasy*, la télé-réalité et les documentaires, entre autres. Plusieurs répondants ont également pointé du doigt le besoin d'une représentation dans les médias d'information pour couvrir les questions pertinentes d'un point de vue plus informé et authentique.

« Les 2ELGBTQIA+ ne devraient pas être limités à la création d'un même genre spécifique, d'une version typiquement liée à un cliché à la télévision et au cinéma, ce qui est actuellement accepté par les bailleurs de fonds. Ils devraient être libres de s'essayer à de nouveaux genres et d'être authentiques dans leur vision personnelle.

— **Scénariste pour la télévision canadienne**, de genre queer, bi, pansexuel, queer

« Nous avons besoin de meilleurs reportages sur les questions queers en nous adressant directement aux personnes queers et non à leur entourage. Les médias doivent cesser de nous présenter comme le problème.

— **Lecteur de Xtra**, homme gai queer

Les professionnels du jeu vidéo sont largement d'accord qu'une représentation pertinente des 2ELGBTQIA+ est possible dans un large éventail de jeux (70 %). Si les romans visuels et les jeux vidéo narratifs indépendants ont proposé de riches représentations de personnages 2ELGBTQIA+, les personnes interrogées affirment qu'il existe des possibilités de représentation dans d'autres genres. Des personnages 2ELGBTQIA+ jouables ou non jouables pourraient être intégrés à des jeux d'action, d'aventure, de combat, de stratégie, de rôle, *roguelike* et de plateforme, entre autres genres.

## 5.5 Intégration transparente des identités 2ELGBTQIA+

De nombreuses personnes interrogées expriment le souhait que les personnages 2ELGBTQIA+ soient mieux intégrés dans les histoires avec cohérence sans que leur identité de genre ou leur orientation sexuelle soit leur caractéristique principale. Quand les personnages 2ELGBTQIA+ sont présentés comme des personnages à part entière, ils peuvent illustrer tout un éventail d'expériences, comme le font souvent les personnages cisgenres hétérosexuels.

« Mettre l'accent sur des histoires dépeignant des personnes 2ELGBTQIA+ dont l'intrigue ne tourne pas uniquement ou majoritairement autour de leur genre et/ou de leur sexualité. L'objectif est de représenter ces personnes comme des individus bien équilibrés et avec de multiples facettes qui ne sont pas simplement une collection de marqueurs identitaires.

—**Scénariste de jeux vidéo canadien**, homme cis asexuel

« La normalisation, tout simplement. L'inclusion de la représentation s'accompagne toujours d'une conversation ou est le fruit d'une conversation. Ça serait bien que la représentation et l'inclusion soient des choses auxquelles personne ne pense et qu'elles aient lieu tout simplement.

—**Programmeur de jeux canadien**, homme cis asexuel

## 5.6 Mesures et rapports réguliers

Les personnes participant à la présente étude reconnaissent qu'il est difficile d'évaluer le changement en l'absence de rapports réguliers et précis. Diverses parties intéressées citent l'indice de responsabilité des studios de GLAAD et

des efforts de défenses des intérêts fondées sur des données probantes comme exemples d’initiatives qui ont bouleversé le paysage des récits sur les 2ELGBTQIA+ dans les médias américains, révélant par le fait même la faible présence 2ELGBTQIA+ sur les écrans canadiens. Les personnes participantes croient qu’un outil de mesure incontestable permettant de suivre la représentation à l’écran, en particulier la représentation **authentique**, peut favoriser une représentation plus équitable.

Bien que certains bailleurs de fonds et organismes aient commencé à recueillir des données sur l’auto-identification des professionnels des médias pour cerner les manques en matière de soutien aux communautés sous-représentées et pour faciliter les décisions visant à combler ces manques, les effets à l’écran de ces initiatives ne sont pas encore mesurés ([Téléfilm Canada 2023](#), [Fonds des médias du Canada 2024](#)).

« Je peux affirmer en toute confiance qu’il y a beaucoup de bonnes intentions afin de présenter des personnages queer dans les émissions de télévision. Peut-on en faire plus? Je pense que oui. Aux États-Unis, il existe des organisations qui analysent chaque année la représentation à l’écran et l’implication des talents derrière l’écran. Je ne pense pas que ce soit le cas au Canada. **Un outil de mesure est sans appel.**

—**Entretien avec une partie intéressée, Tom Hastings**,  
responsable d’un média

« Il faut quelqu’un qui dresse des rapports et responsabilise les gens. Voilà comment GLAAD a changé les choses aux États-Unis.

—**Entretien avec une partie intéressée**, producteur, scénariste  
et réalisateur de films

## 5.7 Soutien accru des syndicats

En plus de négocier des salaires équitables, les syndicats défendent les intérêts de leurs membres, permettant aux professionnels de dénoncer les inégalités, la discrimination et le harcèlement sans craindre de représailles.



**83 % des professionnels des industries du cinéma, de la télévision, de la diffusion en continu et des jeux vidéo au Canada croient que les syndicats jouent un rôle majeur pour assurer la représentation des 2ELGBTQIA+.**

Les personnes sondées 2LGBTQIA+ (89 %) sont nettement plus susceptibles d'être en accord avec l'importance des syndicats que les répondants cisgenres hétérosexuels (67 %), et nous constatons que le niveau d'accord culmine parmi les répondants et répondantes ayant une diversité de genre (96 %), trans (94 %) et lesbiennes (94 %). Ces données reflètent que les mouvements syndicaux sont souvent dirigés et appuyés par des personnes systématiquement marginalisées. Un grand nombre de professionnels des médias a estimé qu'il revient aux syndicats de faire pression pour une plus grande représentation des 2ELGBTQIA+.

« [OutACTRA] offre aux gens une communauté où ils peuvent parler de leurs problèmes et rencontrer d'autres créateurs pour observer comment les choses se déroulent, savoir de quoi il faut parler, apprendre qui dans l'industrie est bienveillant, et savoir quels agents de distribution artistique prennent en compte une représentation queer suffisante pour tous les rôles. Nous pouvons faire pression sur les personnes chargées de la distribution. Nous pouvons mettre de la pression sur les responsables de la distribution. Nous pouvons défendre une représentation des queers dans n'importe quel rôle, et pas seulement pour le seul rôle queer qui a été suggéré.

—**Entretien avec une partie intéressée**, acteur

Bien que le Canada compte plusieurs syndicats qui représentent les professionnels des médias dans les secteurs du cinéma, de la télévision et de la diffusion en continu, les travailleurs commencent à peine à se syndiquer dans l'industrie du jeu vidéo. En 2022, les travailleurs d'Anemone Hug Interactive, en Colombie-Britannique, ont fondé le premier syndicat de l'industrie canadienne du jeu vidéo, suivis peu après par ceux de Keywords Studios. Au début de l'année, deux syndicats du Québec, Game Workers Unite Montréal et la Confédération des syndicats nationaux, se sont associés pour lancer une campagne de syndicalisation provinciale ([lantorno, 2023](#)).

« Pour faire évoluer notre secteur et raconter des récits reflétant les réalités du public canadien, nous devons être conscients de l'inclusion, de la diversité et de l'équité et agir pour que ces préoccupations soient prises en compte par tous les syndicats de notre secteur. Cela ne peut pas se faire d'un seul coup ou sur une ou deux années. Il s'agit d'un processus continu visant à réparer des décennies d'exclusion.

—**Entretien avec une partie intéressée, JP Larocque**, scénariste et producteur

Cependant, l'existence d'un syndicat n'a pas toujours garanti la protection des personnes 2ELGBTQIA+ et, comme le soulignent certaines parties intéressées, les critères d'admissibilité qui reposent sur des références ou des canaux de formation spécifiques excluent souvent les professionnels 2ELGBTQIA+. Diverses personnes interrogées expriment leur désarroi face à l'ampleur de la transphobie et de la queerphobie au sein même de ces organisations. Alors que la haine anti-2ELGBTQIA+ monte dans tout le pays, la discrimination est de plus en plus fréquente au sein même des organisations créées pour protéger les plus vulnérables, un aspect sur lequel les professionnels des médias ont attiré notre attention à plusieurs reprises.

« Nous vivons à une époque où la haine est perçue comme une simple différence d'opinions. Je travaille dans un syndicat, et l'homophobie et la transphobie se développent [parmi] l'équipe sur le plateau et les hauts dirigeants. Je me sens plus inquiet que jamais.

—**Professionnel de la télévision canadien**, homme gai cis

« Nous avons besoin de règlements syndicaux spécifiques à la protection des travailleurs trans/non binaires (au sujet des prestations pour les soins d'affirmation de genre et de santé mentale, de l'utilisation des pronoms, etc.).

—**Professionnel du cinéma canadien**, bisexuel non binaire

En vertu de la loi, les syndicats ont le devoir de défendre les travailleurs dont les droits sont menacés, de protéger les travailleurs victimes de harcèlement et de dispenser une formation sur les questions d'égalité (**Congrès du travail du Canada**). Les personnes participant à l'étude soulignent qu'il est essentiel que les syndicats respectent cette obligation morale et légale en adoptant une position claire contre la violence et en veillant à ce que la formulation de leurs conventions collectives tienne compte de la diversité de genre.

## 5.8 Création d'un Bureau de l'écran des queers

De nombreuses parties intéressées estiment qu'un Bureau de l'écran des queers peut contribuer aux efforts visant à assurer une représentation significative des personnes 2ELGBTQIA+. Au cours des huit dernières années, nous avons assisté à la création du **Bureau de l'écran autochtone**, du **Bureau de l'écran des Noirs** et de **l'Office de la représentation des personnes handicapées à l'écran**, qui soutiennent respectivement la représentation à l'écran et dans les coulisses des

professionnels des médias autochtones, noirs et handicapés. Plusieurs personnes ayant participé à la présente étude affirment qu'un Bureau de l'écran des queers pourrait donner accès à des réseaux, promouvoir des pratiques d'embauche inclusives et défendre des lieux de travail plus sûrs grâce à la sensibilisation et à la responsabilisation.

« Une partie du travail des différents bureaux, comme le Bureau de l'écran des Noirs ou le Bureau de l'écran autochtone, consiste à donner accès à des réseaux aux personnes qui, autrement, ne pourraient pas entrer en contact avec certaines personnes. Si j'ai eu autant de succès, c'est parce que des gens ont accepté de prendre des risques avec moi. Il est nécessaire de trouver davantage de moyens pour que cela se produise au sein des différentes organisations et d'élargir l'accès à différents types d'éducation.

— **Entretien avec une partie intéressée**, responsable d'un média

Certaines parties intéressées soutiennent la création d'un Bureau de l'écran des queers tout en précisant que son implantation ne suffira pas à matérialiser le changement à l'échelle du secteur. Afin que ce bureau de l'écran accomplisse son travail, il a besoin d'un soutien financier et d'un appui en matière d'infrastructures.

« Un Bureau de l'écran des queers peut vraiment changer les choses. Il peut fournir des données, proposer des formations, lancer des contenus et des films canadiens queers sur les marchés. Je pense que c'est essentiel. Nous avons besoin d'une opération dédiée à cela. Si notre secteur veut vraiment prouver qu'il est prêt à changer les choses et à soutenir notre communauté, il faut commencer par nous donner des fonds afin que nous puissions faire ce que nous voulons.

— **Entretien avec une partie intéressée**, producteur, scénariste et réalisateur de films

## 6.0 Recommandations pour un changement réalisable

Bien qu'il ne s'agisse pas d'une directive, ce *Pink Paper* s'achève avec des suggestions de stratégies potentielles pour améliorer la représentation des 2ELGBTQIA+ à l'écran et en coulisses. S'appuyant sur des résultats quantitatifs et qualitatifs, ces recommandations ont pour but d'amorcer le dialogue entre les bailleurs de fonds, les dirigeants, les décideurs et les professionnels des médias qui, en fin de compte, traceront la voie à suivre.

- **Les bailleurs de fonds et les dirigeants devraient envisager de créer des occasions spécifiques et quantifiables de donner le feu vert aux histoires 2ELGBTQIA+ à travers des programmes dédiés et à des critères de financement dépendant de la représentation des personnes 2ELGBTQIA+.** En offrant aux professionnels 2ELGBTQIA+ davantage d'occasions de raconter leurs histoires, on leur donnera la possibilité de démontrer la valeur qu'ils apportent aux industries des médias. L'inclusion de voix 2ELGBTQIA+ à tous les niveaux aidera aussi ces histoires à demeurer précises et authentiques.
- **Les décideurs et les dirigeants de l'industrie devraient envisager de mettre en place des programmes de mentorat pour les personnes 2ELGBTQIA+ afin de combler les écarts de perception et les blocages professionnels.** Ces programmes visant le développement de carrière devraient cibler les postes clés de la chaîne de production (par exemple, directeur de série, réalisateur, directeur technique). Les programmes de formation, le partage des compétences et la création de réseaux peuvent préparer les professionnels 2ELGBTQIA+ débutants et en milieu de carrière à de meilleures occasions d'emploi.
- **Les dirigeants de l'industrie devraient envisager de mettre en place des pratiques de recrutement et de développement de carrière plus robustes pour remédier au manque systémique de décideurs 2ELGBTQIA+, avec pour objectif de remédier à ce manque à long terme.** Les indicateurs sont la clé du progrès.

- **Les bailleurs de fonds, les dirigeants et les professionnels des médias doivent prendre des mesures concrètes pour combler les lacunes dans la perception de la représentation des 2ELGBTQIA+ dans les médias canadiens et sur le lieu de travail.** Il est nécessaire de lancer des discussions qui favorisent l'entente au sein des industries des médias ainsi que parmi les professionnels 2ELGBTQIA+.
- **Toutes les industries des écrans devraient adopter et appliquer une politique de tolérance zéro à l'égard du harcèlement, de la discrimination et de la violence anti-2ELGBTQIA+.** Il faut rendre obligatoire l'éducation sur les diverses façons comment les gens vivent leur identité de genre et leur orientation sexuelle. Les industries des médias devraient en faire une condition nécessaire à l'obtention de financement public, de prix et de récompenses par l'industrie.
- **Les scénaristes devraient envisager de faire délibérément place à davantage de personnages et de récits 2ELGBTQIA+, en mettant particulièrement l'accent sur les identités sous-représentées.** Les personnes asexuelles, intersexes, bispirituelles, trans, ayant une diversité de genre et bi+ sont mises de côté par les industries canadiennes des médias, tout comme les personnes 2ELGBTQIA+ qui sont noires, autochtones, de couleur et/ou handicapées. Une représentation authentique peut favoriser une plus grande prise de conscience et une meilleure compréhension au sein de la société canadienne.
- **Les créateurs devraient prendre des mesures pour aller au-delà des clichés et des stéréotypes afin de représenter les personnages 2ELGBTQIA+ de façon plus précise et authentique dans les médias canadiens.** Les voix 2ELGBTQIA+ sont essentielles à cette représentation plus nuancée et plus précise.

# Annexe A : Bibliographie

- Abi-Nakhoul, Nour. « As the Homelessness Crisis Worsens, Gay Villages Are Caught at a Crossroads of Identity. » *Xtra Magazine*, 28 novembre 2023. <https://xtramagazine.com/power/politics/homeless-crisis-gay-village-259684>.
- Associated Press. « Vice Media Says ‘Several Hundred’ Staff Members Will Be Laid Off, Vice.com News Site Shuttered. » *The Star*, 22 février 2024. [https://www.thestar.com/business/vice-media-says-several-hundred-staff-members-will-be-laid-off-vice-com-news-site/article\\_50ed6dab-8058-59f7-ae3-72f80413401d.html](https://www.thestar.com/business/vice-media-says-several-hundred-staff-members-will-be-laid-off-vice-com-news-site/article_50ed6dab-8058-59f7-ae3-72f80413401d.html).
- Association canadienne du logiciel de divertissement. « L’industrie canadienne du jeu vidéo 2021. ». Octobre 2021. <https://canadasvideogameindustry.ca/fr/>.
- Bishop, Rudine Sims. « Mirrors, Windows, and Sliding Glass Doors. » *Perspectives: Choosing and Using Books for the Classroom* 6, no. 3 (1990) : chapitres ix-xi.
- CBC News. « Federal Budget Books Funding for CBC/Radio Canada, Executives Say Significant Job Cuts No Longer Needed. » *CBC News*, 16 avril 2024a. <https://www.cbc.ca/news/canada/federal-budget-cbc-funding-1.7175927>.
- CBC News. « Quebec’s Video Game Industry Isn’t Unionized. This Labour Group Wants to Change That. » *CBC News*, 2 mai 2024b. <https://www.cbc.ca/news/canada/montreal/video-game-industry-quebec-union-1.7191440>.
- Congrès du travail du Canada. « Ce que font les syndicats. » <https://congresdutravail.ca/ce-que-font-les-syndicats>.
- Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes. « Le CRTC exige que les services de diffusion continue en ligne contribuent au système de radiodiffusion du Canada. » Gouvernement du Canada. 4 juin 2024. <https://www.canada.ca/fr/radiodiffusion-telecommunications/nouvelles/2024/06/le-crtc-exige-que-les-services-de-diffusion-continue-en-ligne-contribuent-au-systeme-de-radiodiffusion-du-canada.html>

- Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes. «Politique réglementaire de radiodiffusion CRTC 2010-167.» Gouvernement du Canada. 22 mars, 2010. <https://crtc.gc.ca/fra/archive/2010/2010-167.htm>
- Croteau, David, and William Hoynes. *Medial/Society : Industries, Images, and Audiences*. Thousand Oaks: Pine Forge Press, 2003.
- Dayal, Pratyush. « People of Colour Say Racism, Exclusion, Fetishization, Rampant in LGBTQ+ Communities. » *CBC News*, 2 juin 2022. <https://www.cbc.ca/news/canada/saskatoon/people-of-colour-say-racism-exclusion-fetishization-rampant-in-lgbtq-communities-1.6471430>.
- Dietzel, Christopher, Hannah Maitland, et Stephanie Jonsson. « Queerphobic Hate Is on the Rise, and LGBTQ+ Communities in Canada Need More Support. » *The Conversation*, 24 octobre 2023. <http://theconversation.com/queerphobic-hate-is-on-the-rise-and-lgbtq-communities-in-canada-need-more-support-214932>.
- Fonds des médias du Canada. « Nouveaux futurs : l'avenir du contenu canadien dans vos mots. » Fonds des médias du Canada, septembre 2023b. <https://cmf-fmc.ca/fr/document/nouveaux-futurs-lavenir-du-contenu-canadien-dans-vos-mots/>.
- Fonds des médias du Canada. «Rapport annuel 2022-2023.» Fonds des médias du Canada, 2023. <https://cmf-fmc.ca/fr/a-propos-du-fmc/rapports-annuels/>
- Fonds des médias du Canada. «PERSONA-ID.” Fonds des médias du Canada. Consulté en juin 2024. <https://cmf-fmc.ca/fr/persona-id/>
- French, Janet. « Alberta Premier Says Legislation on Gender Policies for Children, Youth Coming This Fall. » *CBC News*, 1<sup>er</sup> février 2024. <https://www.cbc.ca/news/canada/edmonton/danielle-smith-1.7101595>.
- Girard, Mario. « Le milieu artistique est-il vraiment inclusif? » *La Presse*, 14 mai 2024. <https://www.lapresse.ca/arts/chroniques/2024-05-14/realites-lgbtq/le-milieu-artistique-est-il-vraiment-inclusif.php>.
- GLAAD. « The State of LGBTQ Inclusion in Video Games. » GLAAD Gaming, 2024. <https://assets.glaad.org/m/5ab9a335d607edcd/original/2024-GLAAD-Gaming-Report.pdf>.
- GLAAD. « Where We Are on TV : 2022 – 2023. » GLAAD Media Institute, 2023. <https://assets.glaad.org/m/114d72edf8a779a6/original/GLAAD-2022-23-Where-We-Are-on-TV.pdf>.

- Gouvernement du Canada. « Budget 2024. » Mise à jour le 16 avril 2024. <https://budget.canada.ca/2024/report-rapport/toc-tdm-fr.html>.
- Hogan, Heather. « Autostraddle’s Ultimate Infographic Guide to Dead Lesbian Characters on TV. » *Autostraddle*, 25 mars 2016. <https://www.autostraddle.com/autostraddles-ultimate-infographic-guide-to-dead-lesbian-tv-characters-332920>.
- Hudes, Sammy. « More Canadians Turning to Streaming Services Despite Price Hikes: Report. » *Global News*, 25 mars 2024. <https://globalnews.ca/news/10381675/streaming-services-tv-canada-report>.
- Hunter, Adam. « Sask. Government Passes Parents’ Bill of Rights. » *CBC News*, 20 octobre 2023. <https://www.cbc.ca/news/canada/saskatchewan/sask-parental-rights-law-1.7002088>.
- Iantorno, Michael. « Game Changer : A Labour Group in Québec Is Pushing for a Province-Wide Video Game Worker’s Union. » *The Conversation*, 9 mai 2024. <https://theconversation.com/game-changer-a-labour-group-in-quebec-is-pushing-for-a-province-wide-video-game-workers-union-229161>.
- Ibrahim, Hadeel. « N.B. Digs in on Rules for Teachers and Name, Pronoun Use of LGBTQ Students. » *CBC News*, 23 août 2023. <https://www.cbc.ca/news/canada/new-brunswick/policy-713-education-changes-1.6944879>.
- Knegt, Peter. « Why We Still Need LGBT Film Festivals. » *CBC News*, 25 mai 2016. <https://www.cbc.ca/arts/why-we-still-need-lgbt-film-festivals-1.3591915#>.
- La Presse Canadienne. « Bell Media Planning Cuts to CTV, BNN Bloomberg following BCE Layoffs, Sale of 45 Radio Stations. » *CBC News*, 8 février 2024. <https://www.cbc.ca/news/business/bce-cuts-1.7108658#>.
- Levina, Marina, Craif R. Waldo et Louise F. Fitzgerald. « We’re Here, We’re Queer, We’re on TV : The Effects of Visual Media on Heterosexuals’ Attitudes Toward Gay Men and Lesbians. » *Journal of Applied Social Psychology* 30, no. 4 (2000) : pp. 738-758. <https://doi.org/10.1111/j.1559-1816.2000.tb02821.x>.
- Massood, Paula J., Angel Daniel Matos, Pamela Robertson Wojcik, rév. *Media Crossroads: Intersections of Space and Identify in Screen Cultures*. Durham : Duke University Press, 2021.
- Morris, Erika. « Quebec Media Giant TVA Lays Off More than 500 Employees, Almost a Third of its Workforce. » *CBC News*, 2 novembre 2023. <https://www.cbc.ca/news/canada/montreal/tva-layoffs-2023-1.7016746>.

- Ore, Jonathan. « Why a Montreal Video Game Consulting Studio is at the Centre of an Online Anti-Diversity Storm. » *CBC : The Current*, 3 avril 2024. <https://www.cbc.ca/radio/thecurrent/sweet-baby-inc-gamergate-1.7149888>.
- Patrimoine canadien. « Statistiques sur les langues officielles du Canada. » Gouvernement du Canada. Modifié le 8 février 2024. <https://www.canada.ca/fr/patrimoine-canadien/services/langues-officielles-bilinguisme/publications/statistique.html>.
- Rauh, Karen. « Difficultés en matière de santé fonctionnelle parmi les personnes lesbiennes, gaies et bisexuelles au Canada. » *Statistique Canada*, 8 novembre 2023. <https://www150.statcan.gc.ca/n1/pub/45-20-0002/452000022023003-fra.htm>.
- Ruberg, Bo. *Videogames Have Always Been Queer*. New York : New York University Press, 2019.
- Schneller, Johanna. « BYUtv Deal Exposes Truth About Queer Representation. » *The Globe and Mail*, 15 avril 2021. <https://www.theglobeandmail.com/arts/television/article-how-a-controversial-deal-between-the-mormon-church-and-canadian-tv>.
- Shaw, Adrienne. « On Not Becoming Gamers: Moving Beyond the Constructed Audience. » *Ada : A Journal of Gender, New Media & Technology*, 2 (2023). <https://web.archive.org/web/20210316005231/https://adanewmedia.org/2013/06/issue2-shaw>.
- Statistique Canada. « Tableau 7 : Groupes d'âge, selon les populations LGBTQ2+ et non LGBTQ2+, Canada, 2018. » Coup d'œil sur le Canada 2022 : Personnes LGBTQ2+. Modifié le 1<sup>er</sup> décembre 2022a. <https://www150.statcan.gc.ca/n1/pub/12-581-x/2022001/sec6-fra.htm>.
- Statistique Canada. « Le recensement canadien, un riche portrait de la diversité ethnoculturelle et religieuse au pays. » *Le Quotidien*, 26 octobre 2022b. <https://www150.statcan.gc.ca/n1/daily-quotidien/221026/dq221026b-fra.htm>.
- Style, Emily. « Curriculum as Window and Mirror. » Dans *Listening for All Voices*. Summit, NJ : Oak Knoll School monograph, 1988.
- Téléfilm Canada. « Collecte de données et l'auto-identification. » Téléfilm Canada : Qui nous sommes. Consulté en juin 2024. <https://telefilm.ca/fr/qui-nous-sommes/nos-engagements/diversite-et-inclusion/collecte-de-donnees>.
- Tran, Duy, Corrinne T. Sullivan, et Lucy Nicholas. « Lateral Violence and Microaggressions in the LGBTQ+ Community : A Scoping Review. » *Journal of Homosexuality* 70 (2023) : pp. 1310-1324. <https://doi.org/10.1080/00918369.2021.2020543>.

# Annexe B : Méthodologie

Les recherches pour le *Pink Paper* de PTP ont été menées en trois étapes entre les mois de décembre 2023 et de mai 2024 :

- Des entretiens avec les parties intéressées pour définir le contexte et établir un cadre
- Un sondage de 10 minutes auquel ont répondu des professionnels des médias canadiens
- Une analyse du contenu d'émissions populaire de la télévision canadienne en français et en anglais

Pink Triangle Press a mené en ligne un sondage supplémentaire de 10 minutes par l'intermédiaire de *Xtra Magazine* et de ses comptes de médias sociaux affiliés, qui complète l'étude ci-dessus en évaluant comment les auditoires canadiens perçoivent la représentation des personnes 2ELGBTQIA+.

Les données qualitatives recueillies dans le cadre des entretiens avec les parties intéressées et des questions ouvertes du sondage approfondissent, nuancent et mettent en contexte nos recherches quantitatives. Les citations ont été adaptées pour des raisons de clarté et de longueur, puis traduites, mais représentent sinon les mots exacts des participants.

## Entretiens avec les parties intéressées

L'étude s'est amorcée par des entretiens vidéo approfondis afin d'obtenir une perspective et un aperçu de l'industrie canadienne des médias. Les entretiens ont duré entre 45 et 75 minutes et ont été réalisés par Maru/Matchbox entre les mois de décembre 2023 et janvier 2024. Parmi les parties intéressées, 9 entretiens ont été réalisés dans l'ensemble des industries du cinéma, de la télévision, de la diffusion en continu et des jeux vidéo, 2 en français et 7 en anglais. Toutes les parties intéressées ont consenti à être enregistrées.

Les personnes participantes ont été sélectionnées en concertation entre Pink Triangle Press et les bailleurs de fonds du projet. Il s'agit notamment de :

- 3 hauts responsables d'organismes de diffusion, dont 1 cadre d'un réseau de diffusion français

- 2 responsables qui travaillent à la fois dans les domaines du cinéma et de la télévision, dont l'un est également auteur et l'autre producteur et directeur de série
- 1 personne scénariste, metteuse en scène et productrice travaillant exclusivement dans le domaine du cinéma
- 1 personne scénariste et metteuse en scène travaillant exclusivement dans le domaine de la télévision
- 1 artiste-interprète
- 1 PDG d'une entreprise de jeux vidéo

Huit des neuf personnes interrogées s'identifient comme 2ELGBTQIA+ tandis qu'une personne se définit comme une personne alliée. Quatre personnes interrogées sont des personnes de couleur. Pour préserver l'anonymat de plusieurs parties intéressées, des données démographiques supplémentaires n'ont pas été partagées.

Les résultats de ces entretiens ont été utilisés pour la phase d'étude et d'analyse de ce projet. Les données qualitatives fournissent les détails et le contexte essentiels à la lisibilité des résultats des sondages quantitatifs. À cette fin, la présente étude donne pertinemment toute la place aux paroles des parties intéressées par le biais de citations. Toutes les personnes interviewées ont revu et approuvé les transcriptions finales. Les parties intéressées qui ont souhaité rester anonymes ont été citées en fonction de leur poste.

## **Sondage auprès des professionnels de l'industrie**

Des méthodes de recherche en sciences sociales ont été utilisées pour recueillir des données auprès des professionnels des médias, quel que soit leur rôle dans l'industrie. Entre le 15 avril et le 1<sup>er</sup> mai, Pink Triangle Press a fait circuler le sondage par l'intermédiaire de réseaux de partenaires, d'organisations de l'industrie, de festivals du film, de studios de jeux vidéo, de syndicats et d'infolettres. Le sondage a également été partagé sur des plateformes de médias sociaux, notamment LinkedIn, Instagram, Discord, Facebook, BlueSky et X (anciennement Twitter). Les répondants ont été invités à remplir le sondage en anglais ou en français.

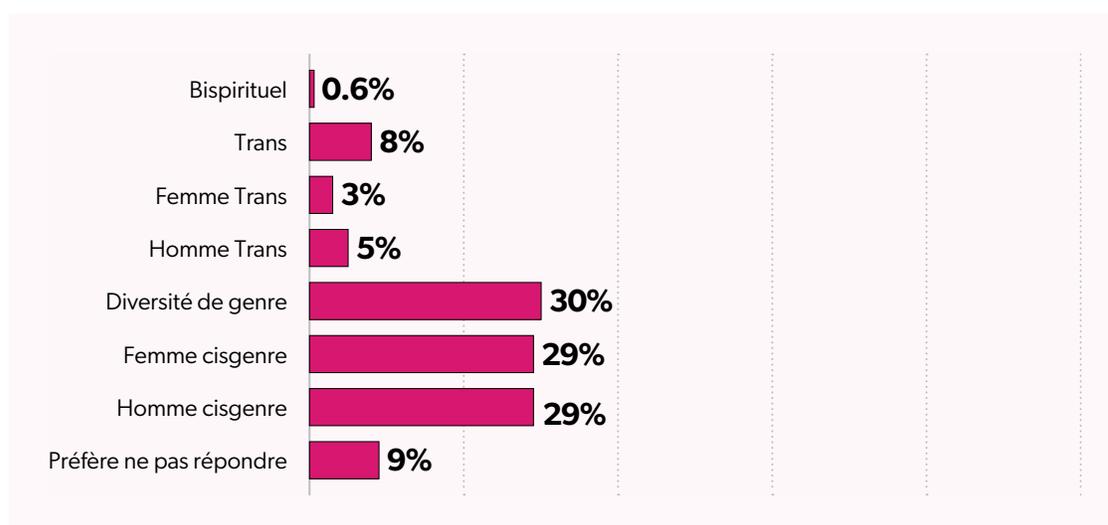
Le sondage a reçu 479 réponses de professionnels travaillant dans les médias canadiens. Maru/Matchbox a déterminé que tous les échantillons répondaient statistiquement aux critères de base. Toutes les réponses au sondage sont restées anonymes.

## Participants à l'étude

Bien que la présente étude se concentre spécifiquement sur la représentation des personnes 2ELGBTQIA+ dans les industries canadiennes des médias, notre sondage comprenait plusieurs questions démographiques pour parvenir à une meilleure compréhension des voix dont la présente étude se fait l'écho.

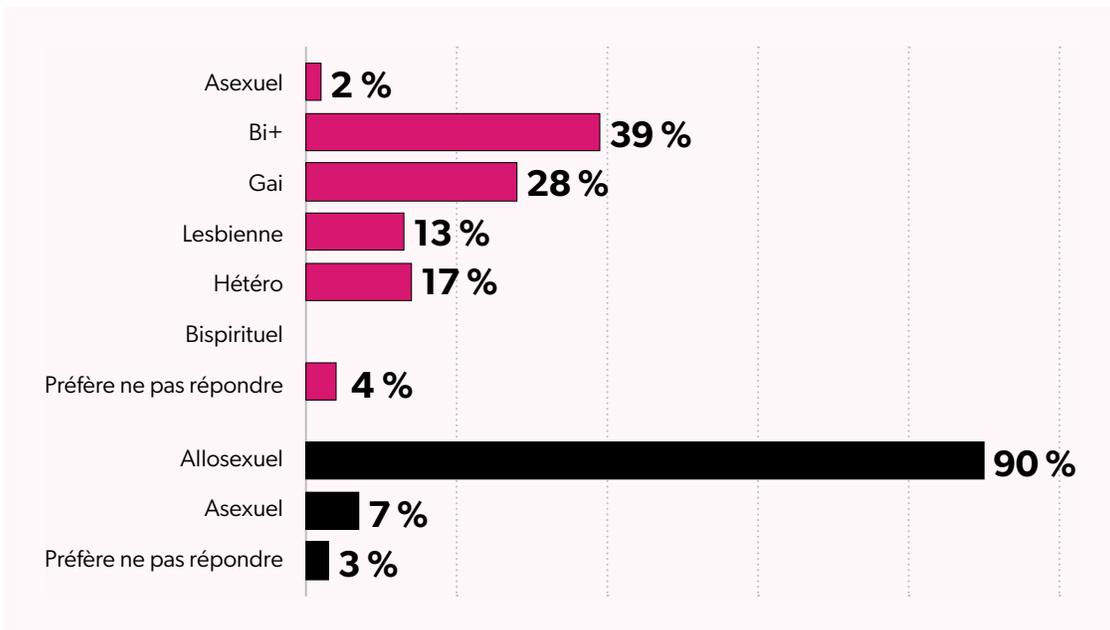
Notre objectif était d'inclure un éventail diversifié et représentatif de la démographie au sein des industries des médias. Malgré tout, comme nous l'indiquons ci-dessous, certains groupes sont plus représentés que d'autres.

### Genre et orientation sexuelle



Les personnes qui s'identifient exclusivement comme cisgenres constituent la majorité de nos personnes participantes (58 %), les répondants se répartissant également entre femmes cisgenres (29 %) et hommes cisgenres (29 %). Près d'un tiers de nos personnes participantes (30 %) s'identifient comme ayant une diversité de genre, une catégorie générale qui, afin de faciliter l'analyse, regroupe les individus qui s'identifient comme agenre, bigenre, au genre fluide, de genre queer ou non binaire, entre autres identités de genre. 5 % des répondants s'identifient comme des hommes trans et 3 % comme des femmes trans. Seulement 1 % des répondants s'identifient comme des personnes bispirituelles. 9 % des personnes participant au sondage ont préféré ne pas répondre à cette question.

La somme totale de ces pourcentages dépasse 100 %, car certaines personnes participantes s'identifient à plusieurs catégories (p. ex. : trans et non binaire).

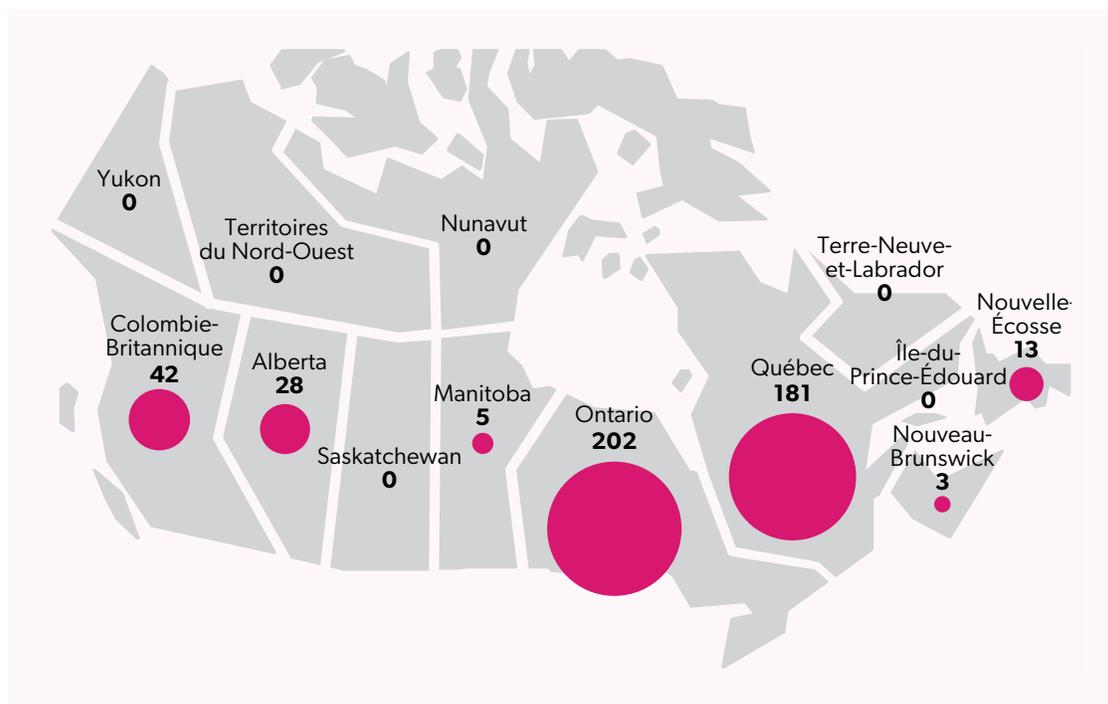


Nous incluons dans le terme général « Bi+ » les personnes qui s’identifient comme bisexuelles, pansexuelles et queer uniquement, mais aussi de multiples combinaisons d’orientations. C’est notre catégorie la plus importante, représentant 39 % des répondants, suivie par les personnes qui s’identifient exclusivement comme gai (28 %), les personnes qui s’identifient exclusivement comme hétérosexuel (14 %), et les personnes qui s’identifient exclusivement comme lesbienne (13 %). 2 % des répondants s’identifient exclusivement comme asexuel et un participant (0,2 %) s’identifie comme étant une personne bispirituelle. 4 % des personnes participant au sondage ont préféré ne pas répondre à cette question.

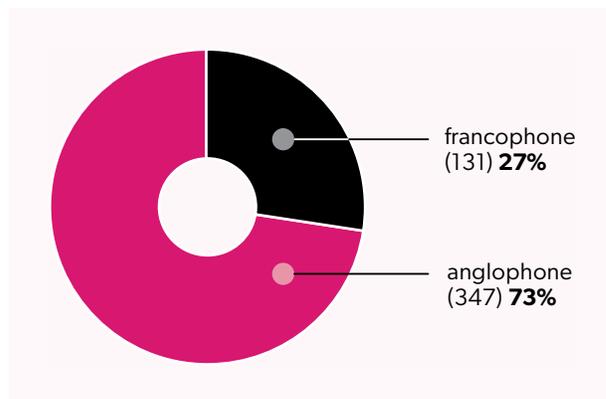
Il est important de noter que lorsque l’on parle d’orientation sexuelle, la notion d’asexualité est un spectre qui comprend, entre autres identités, les personnes demisexuelles, aceflux et asexuelles grises. Les identités asexuelles peuvent se superposer à d’autres orientations sexuelles (p. ex. : une lesbienne demisexuelle). Les personnes appartenant au spectre de l’asexualité, y compris celles qui s’identifient uniquement comme asexuelles et celles qui s’identifient comme asexuelles en plus d’autres orientations, représentent 7 % du total des répondants à l’enquête.

**Une note concernant la comptabilisation :** Dans le cadre de ce rapport, où les répondants doivent être quantifiés pour l’analyse des données, les répondants qui se sont identifiés comme queer et qui n’utilisent aucune autre étiquette ont été inclus dans la catégorie bi+. Les répondants cis qui utilisent indifféremment « queer » et « gai » ou « lesbienne » ont été comptabilisés sous l’étiquette la plus spécifique possible. Les femmes cis qui utilisent indifféremment les termes « gai » et « lesbienne » ont été comptabilisées dans la catégorie « lesbienne ». Les identités de genre et les orientations sexuelles déclarées par les répondants ont été mentionnées lors de la citation intégrale de quantités.

## Région et langue



Nos données reflètent en grande majorité les expériences de professionnels travaillant en Ontario (42 %) ou au Québec (38 %). Moins de 1 % des répondants travaillent principalement à Terre-Neuve-et-Labrador, à l'Île-du-Prince-Édouard, en Saskatchewan ou au Yukon. Nous n'avons eu aucun répondant du Nunavut ou des Territoires du Nord-Ouest.

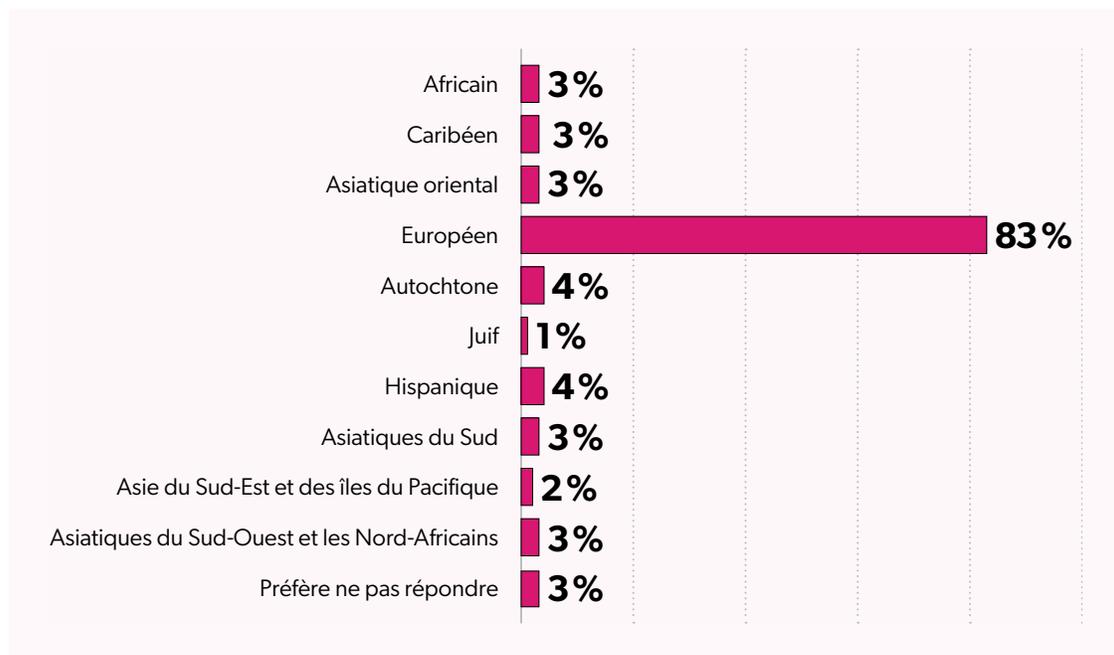


Parmi les répondants, 73 % ont répondu au sondage en anglais et 27 % en français.

Sans surprise, parmi les personnes participantes qui ont répondu au sondage en français, 92 % déclarent également travailler au Québec. Bien que les médias de langue française soient disponibles dans tout le

Canada, leur financement et leurs infrastructures sont concentrés au Québec. Cela s'explique en grande partie par la concentration de francophones dans la province, 84,1 % de sa population parlant français selon le recensement de 2021 ([Patrimoine canadien, 2024](#)).

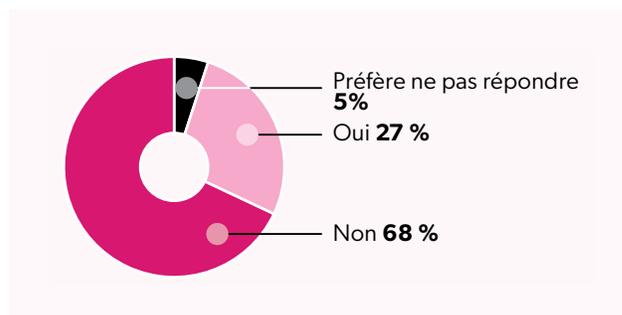
## Identité ethnique



83 % des répondants identifient leur appartenance ethnique comme étant européenne ou canadienne. 4 % des professionnels de l'industrie s'identifient comme autochtones ou hispaniques. Les Africains, les Caribéens, les Asiatiques de l'Est, les Asiatiques du Sud, et les Asiatiques du Sud-Ouest et les Nord-Africains représentent chacun 3 % des répondants. 2 % des répondants sont originaires d'Asie du Sud-Est et des îles du Pacifique, et 1 % des personnes participantes sont juif. 3 % des répondants ont préféré ne pas répondre.

La somme totale de ces pourcentages dépasse 100 %, car certaines personnes participantes s'identifient à plusieurs catégories. Ce sondage sous-représente substantiellement la diversité de la population du Canada selon les résultats du recensement de 2021 ([Statistique Canada, 2022b](#)).

## Handicap



27 % des répondants déclarent avoir un ou plusieurs handicaps et 68 % des répondants déclarent n'avoir aucun handicap. 5 % des répondants ont préféré ne pas répondre.

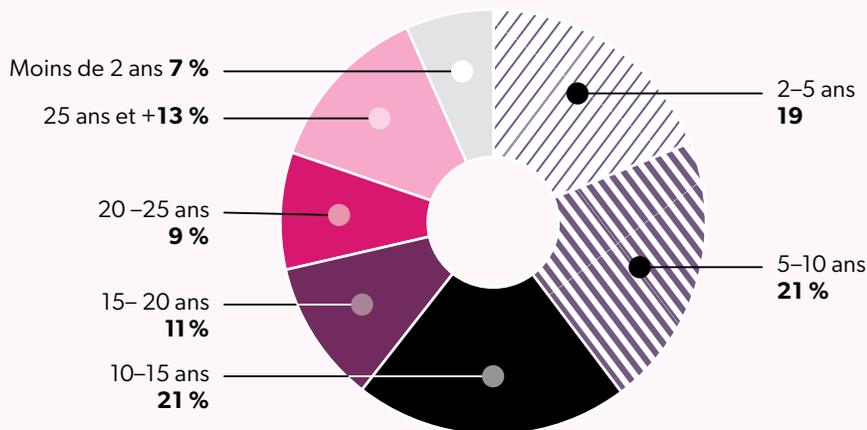
## Industrie et expérience



## Industries des médias

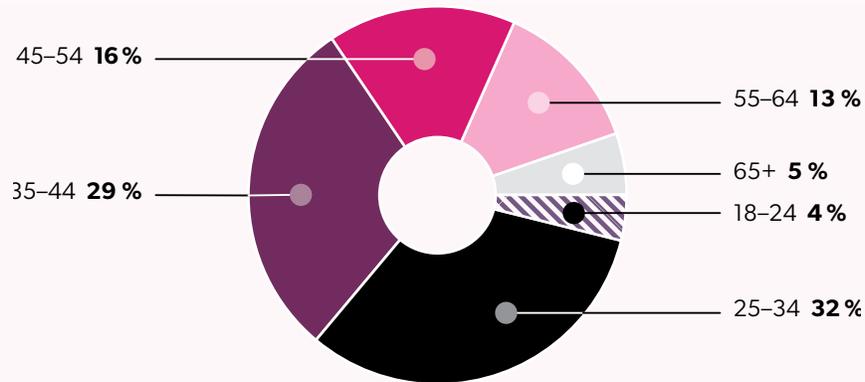
Nous avons reçu un nombre presque égal de personnes participantes œuvrant dans les industries du cinéma (24 %), de la télévision (24 %) et des jeux vidéo (23 %) au Canada. La diffusion en continu (4 %) est comparativement sous-représentée, ce qui peut s'expliquer par le fait que notre sondage limitait les participants à n'indiquer qu'une seule industrie.

Le reste de nos répondants (25 %) rapportent travailler dans une industrie canadienne des médias autre que le cinéma, la télévision, la diffusion en continu ou les jeux vidéo. Il s'agit notamment de la publicité, de l'immersion numérique, du journalisme, des arts médiatiques, de la musique, de la baladodiffusion, de la radio et du théâtre.



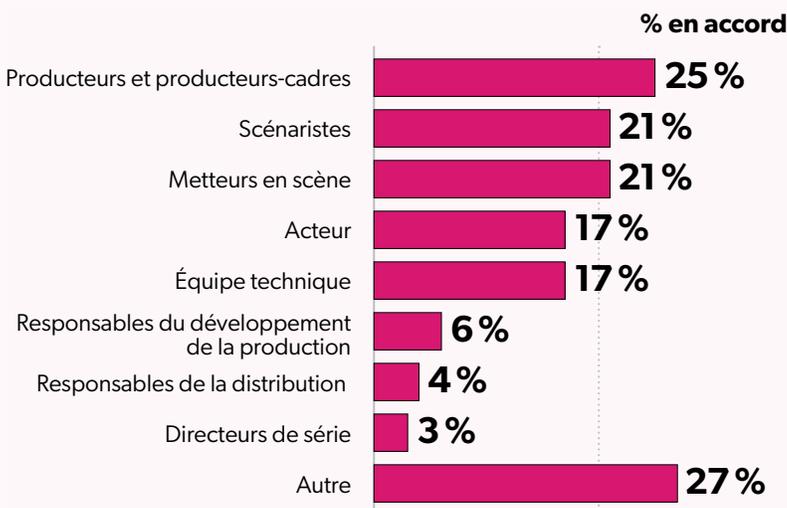
## Période d'occupation du poste

Parmi les professionnels qui rapportent travailler dans le domaine du cinéma, de la télévision, de la diffusion en continu et des jeux vidéo canadiens, nous observons le plus grand nombre de réponses parmi ceux qui ont moins de 5 années d'expérience (26 %). Les professionnels qui ont passé de 5 à 9 ans, de 10 à 14 ans et plus de 20 ans dans l'industrie sont représentés à parts égales (21 % chacun). Seuls 11 % des répondants ont entre 15 et 20 années d'expérience.



### Groupe d'âge

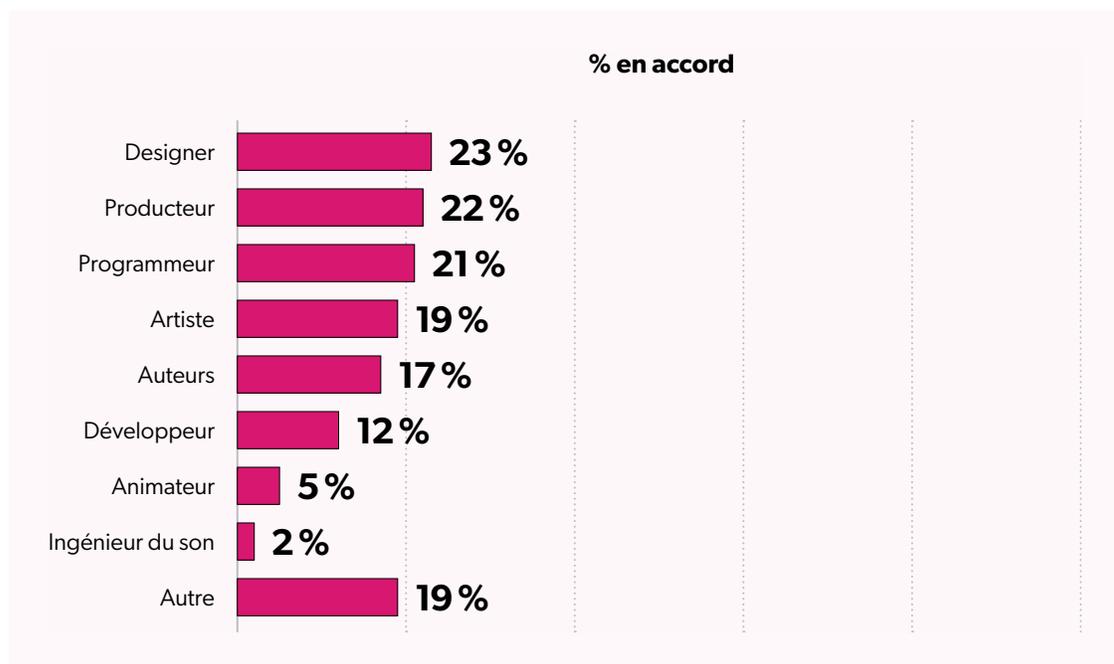
Bien que l'âge des personnes participantes à l'enquête varie, la majorité des répondants sont âgés de 25 à 34 ans (32 %) ou de 35 à 44 ans (29 %). Les personnes participantes âgées de 45 à 55 ans (16 %) et de 55 à 64 ans (13 %) sont presque également représentées. Seules quelques personnes participantes sont âgées de moins de 24 ans (4 %) ou de plus de 65 ans (5 %).



### Poste dans le cinéma, la télévision et la diffusion en continu

Sur les 252 personnes participantes travaillant principalement dans le cinéma, la télévision et la diffusion en continu canadiens, plus d'un tiers occupe un poste de cadre. Cette catégorie inclut les producteurs et les producteurs-cadres (25 %), les responsables du développement de la production (6 %) et les responsables de la distribution (4 %). Les scénaristes (21 %), les metteurs en scène (21 %), les acteurs (17 %) et l'équipe technique (17 %) sont fortement représentés. Les directeurs de série (3 %) sont les moins représentés.

En outre, 27 % des professionnels du cinéma, de la télévision et de la diffusion en continu canadiens déclarent que leur rôle n'est pas inclus dans les choix ci-dessus. Il s'agit notamment de l'administration, de la publicité, de la consultation, du montage et de la postproduction.



### Poste dans les jeux vidéo

Parmi les 108 personnes participantes travaillant principalement dans l'industrie canadienne des jeux vidéo, nous constatons une répartition assez égale entre les concepteurs (23 %), les producteurs (22 %), les programmeurs (21 %), les artistes (19 %) et les auteurs (17 %). Les développeurs (12 %) sont quelque peu représentés, tandis que les animateurs (5 %) et les ingénieurs du son (2 %) le sont moins.

Près d'un professionnel du jeu sur cinq note que son poste n'est pas inclus dans la liste ci-dessus. Ces postes comprennent la gestion de communauté, la modération de contenu, la direction, l'adaptation, le marketing, l'assistance à la production et l'assurance qualité. Plusieurs répondants se qualifient de développeur solo

ou de généraliste du jeu vidéo, en référence à la façon comment les jeux vidéo indépendants sont souvent réalisés par une seule personne ou par de petites équipes où les rôles sont partagés.

Afin de tenir compte du fait que les professionnels des médias passent souvent d'un rôle spécialisé à un autre, les personnes participantes ont été invitées à sélectionner toutes les réponses qui s'appliquaient. Par conséquent, la somme des pourcentages est supérieure à 100 %.

## Analyse du contenu

Maru/Matchbox a effectué une analyse de contenu de 22 heures d'émissions canadiennes populaires. Ils ont utilisé Parrot Analytics pour déterminer les émissions de télévision populaires en fonction de la demande canadienne, qui est calculée à partir de mesures tirées de médias sociaux, de recherches sur le Web, de l'engagement auprès de vidéos et des téléchargements pair-à-pair plutôt qu'à partir des cotes d'auditoire moyen par minute (AMA). La liste a été filtrée afin d'exclure les émissions pour enfants et d'inclure uniquement les émissions dont de nouveaux épisodes ont été rendus disponibles après le 1er janvier 2021. L'analyse s'est penchée sur du contenu scénarisé et non scénarisé, y compris des drames, des comédies et des émissions de télé-réalité, entre autres. Maru/Matchbox a déterminé que la méthodologie ci-dessus convient à l'auditoire canadien puisqu'elle inclut des émissions de Crave, CBC Gem et QUB, entre autres plateformes de diffusion en continu. La sélection est donc non seulement représentative, mais aussi quantifiée et défendable.

L'orientation sexuelle, l'identité de genre et le handicap ont été comptabilisés sur une échelle de quatre points (certainement, probablement, probablement pas et certainement pas) pour tenir compte du fait que les identités ne sont pas toutes rendues explicites dans chaque épisode. Ces échelles sont déterminées comme suit :

- **Certainement** : une affirmation démontrable ou tangible de l'identité, que ce soit par le dialogue ou par des contextes visuels (par exemple, des liens romantiques pour indiquer l'orientation, un fauteuil roulant pour indiquer un handicap physique)
- **Probablement** : une hypothèse relativement forte peut être émise, mais il n'y a pas de confirmation directe
- **Probablement pas** : un personnage est probablement cisgenre, hétérosexuel ou non handicapé, mais cette information n'est pas non plus directement établie dans l'émission

- **Certainement pas** : affirmation tangible qu'un personnage est cisgenre, hétérosexuel et non handicapé

Lors de la synthèse des résultats, **certainement** et **probablement** ont été regroupés dans une catégorie et **probablement pas** et **certainement pas** dans une autre. Les personnages ou les candidats travestis sont comptabilisés comme étant queer.

L'origine ethnique est déterminée par des marqueurs contextuels dans l'émission et par l'apparence physique des personnages. Les personnages ont été comptabilisés comme étant soit blancs, soit noirs, soit autochtones, soit asiatiques, soit hispaniques, soit d'autres personnes de couleur. L'origine ethnique n'étant pas nécessairement annoncée, les personnes responsables de la comptabilisation ont fait preuve de discernement pour déterminer l'origine ethnique d'un personnage.

Maru/Matchbox a employé un responsable de la comptabilisation anglophone et un autre francophone pour comptabiliser les émissions de télévision dans leur langue respective. Pour une meilleure uniformité, les chercheurs du *Pink Paper* ont procédé à une comptabilisation croisée des résultats en complétant la comptabilisation initiale avec des renseignements officiels vérifiables en ligne.

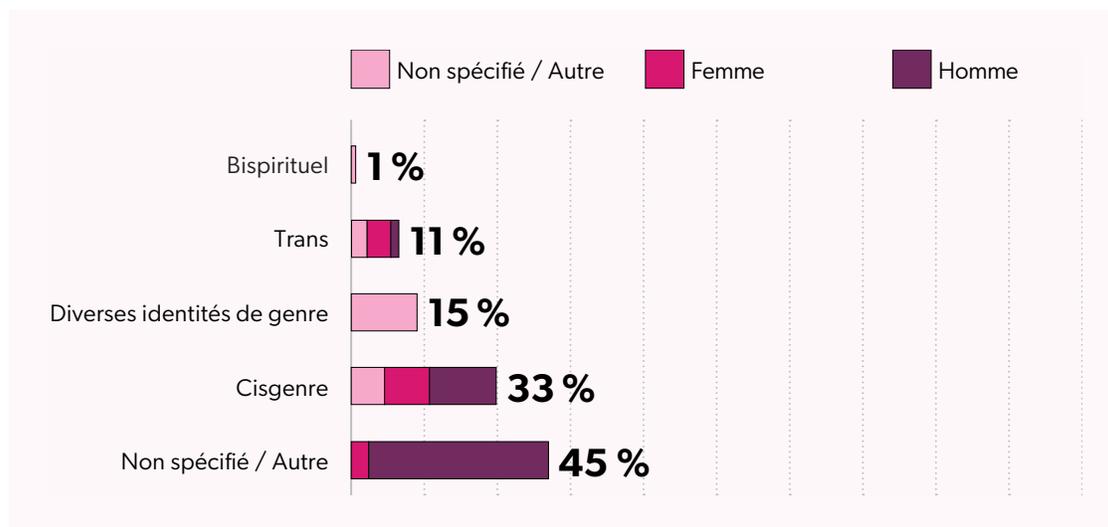
## **Sondage auprès des lecteurs de *Xtra Magazine***

Pink Triangle Press a réalisé un sondage supplémentaire auprès des lecteurs du magazine *Xtra*. L'objectif de ce deuxième sondage était de déterminer si les personnes 2ELGBTQIA+ se croient représentées dans les industries canadiennes du cinéma, de la télévision, de la diffusion en continu et des jeux vidéo. Ce sondage demandait également aux personnes participantes quels changements, le cas échéant, ils aimeraient voir au cours des 5 prochaines années.

La majorité des répondants à cette enquête (75 %) a été atteinte à travers le courriel hebdomadaire de *Xtra Magazine*. D'autres personnes participantes ont répondu au sondage par l'intermédiaire des publicités ou de la barre d'annonces du magazine (12 %), de ses plateformes de médias sociaux (9 %) et de son infolettre sur le drag (4 %).

## Participants à l'étude

### Genre et orientation sexuelle



Les personnes cisgenres représentent 33 % des répondants au sondage. De ce nombre, 46 % s'identifient comme des hommes cis et 31 % comme des femmes cis ; le reste des répondants cis (23 %) n'a pas précisé au-delà du terme général cis.

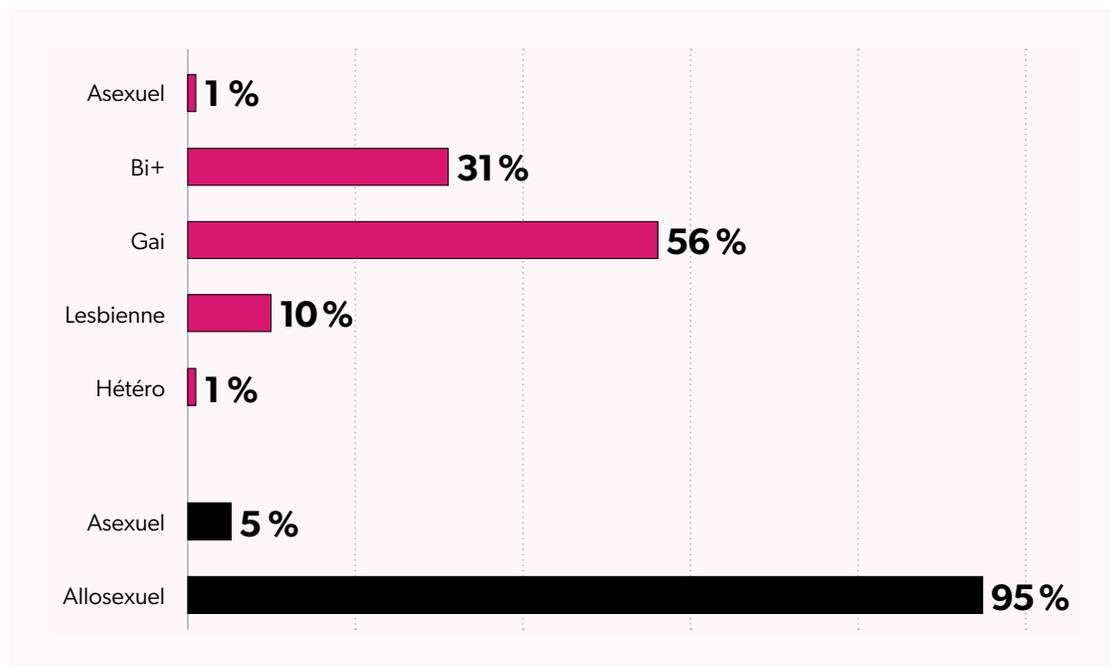
Les personnes transgenres représentent 11 % des répondants au sondage. Dans ce groupe, 50 % s'identifient comme des femmes trans et 17 % comme des hommes trans ; le reste des répondants trans (33 %) n'a pas donné de précisions au-delà du terme général « trans ». 63 % des personnes qui s'identifient comme trans s'identifient également comme ayant une diversité de genre.

15 % des répondants s'identifient comme ayant une diversité de genre, un terme général qui inclut des identités comme agenre, bigenre, au genre fluide, de genre queer et non binaire.

Les personnes bispirituelles ne représentent que 1 % des personnes participantes.

L'une des limites de ce sondage est que les options de sélection compliquent la comptabilisation des données démographiques d'une manière tenant compte des nuances de l'identité et de l'expérience. Classer les répondants dans des catégories démographiques, bien qu'important pour l'analyse statistique, va à l'encontre de l'esprit de la question. De nombreux répondants ont rapporté leur identité uniquement comme « Homme/Masculin/Mâle » (41 %), et plusieurs ont rapporté leur identité uniquement comme « Femme/Féminin/Femelle » (4 %).

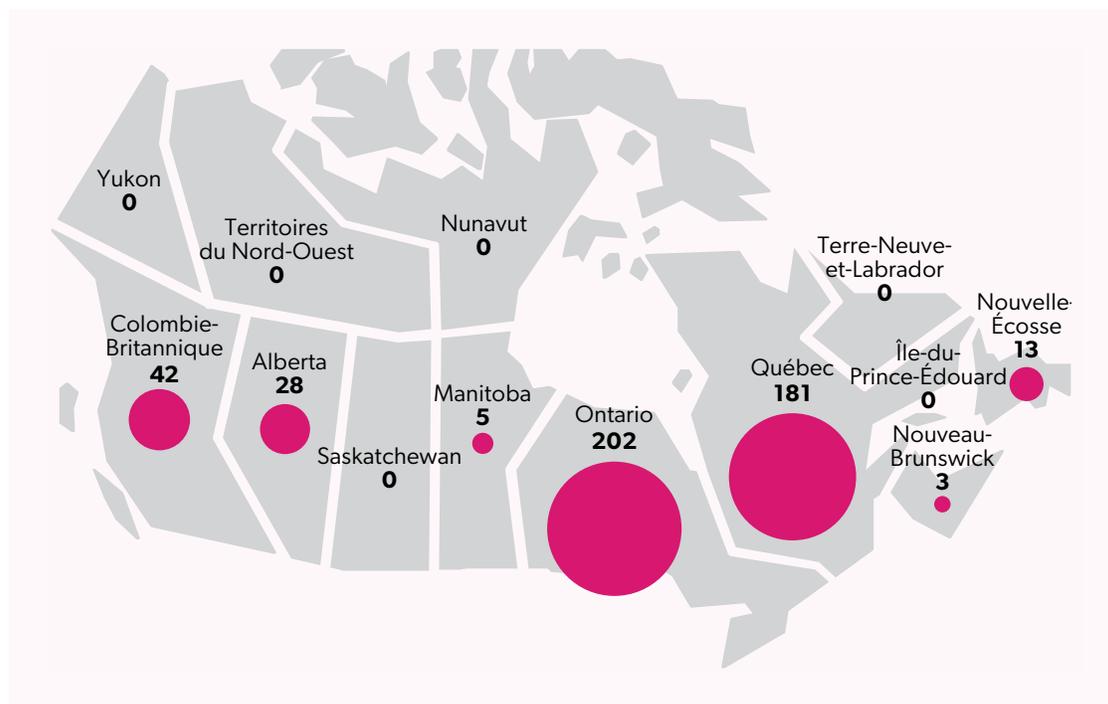
Étant donné que ces types de réponses ne précisent pas si le participant est cis ou trans, nous ne pouvons pas les classer avec certitude dans les catégories générales susmentionnées. Il est fondamental que ce rapport tienne compte du fait que les hommes trans et cis sont des hommes et que les femmes trans et cis sont des femmes.



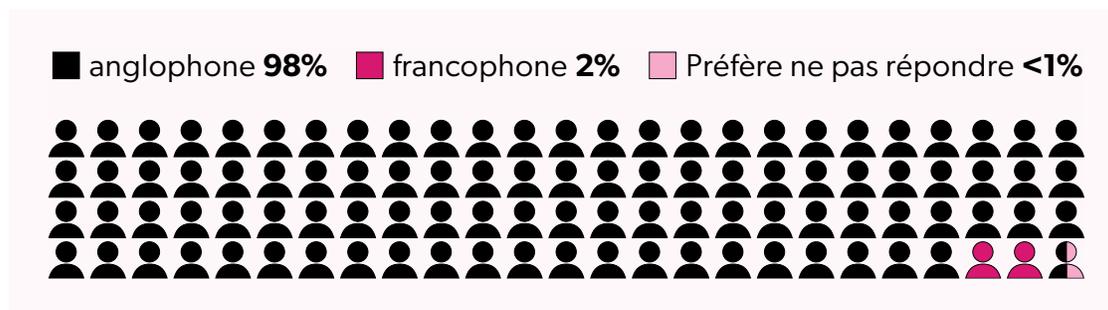
La majorité des personnes participantes s'identifient exclusivement comme gai (56 %), puis suivent les bi+ (31 %), une catégorie générale qui englobe les personnes s'identifiant comme bisexuelles, pansexuelles et queer uniquement, ainsi que pour les personnes qui s'identifient à de multiples combinaisons d'orientations. 1 répondant sur 10 est lesbienne (10 %). Les personnes hétérosexuelles ne représentent qu'une infime partie des personnes participantes (1 %), de même que les personnes qui s'identifient exclusivement comme asexuelles (1 %).

Comme il fut relevé précédemment, l'asexualité est un spectre qui comprend plusieurs identités pouvant chevaucher d'autres orientations sexuelles. Les personnes appartenant au spectre de l'asexualité représentent 5 % des répondants à l'enquête.

## Région et langue

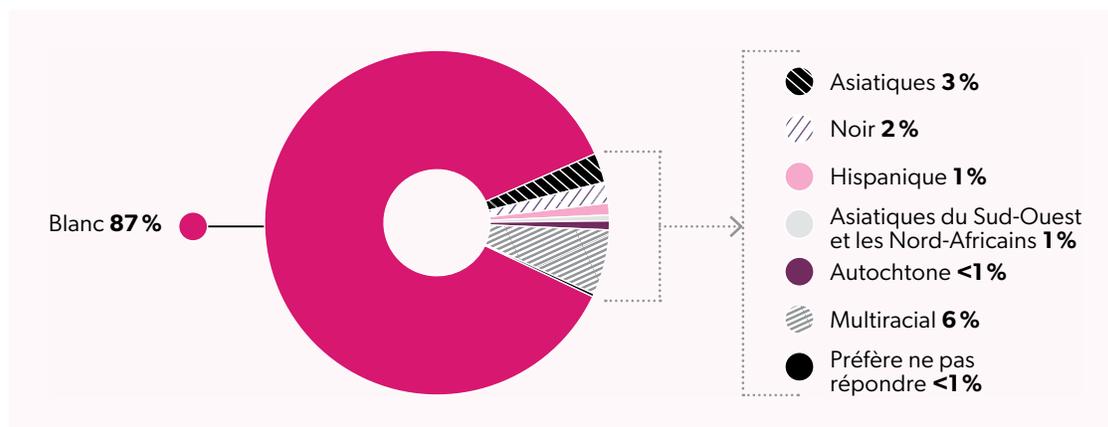


La majorité des répondants réside actuellement en Ontario (63 %), puis suit la Colombie-Britannique (20 %). La représentation diminue fortement pour l'Alberta (6 %), le Québec (4 %) et la Saskatchewan (3 %). Il y a au moins un répondant du Manitoba, du Nouveau-Brunswick, de Terre-Neuve-et-Labrador, de la Nouvelle-Écosse et de l'Île-du-Prince-Édouard. Il n'y a aucun répondant du Nunavut, du Yukon ou des Territoires du Nord-Ouest.



Presque toutes les personnes participantes consomment principalement les médias en anglais. 2 répondants consomment principalement les médias en français et 1 personne participante consomme principalement des médias dans une langue qui n'est ni l'anglais ni le français.

## Origine ethnique

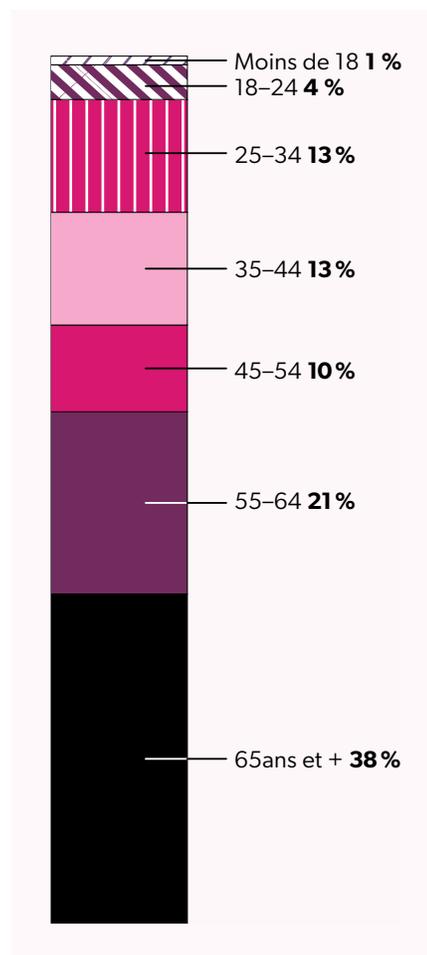


La très grande majorité des répondants à l'enquête s'identifient comme étant uniquement de race blanche (87 %). Le deuxième groupe le plus important de répondants au sondage s'identifie comme asiatique (5 %), suivi par les Noirs (3 %) et les Asiatiques du Sud-Ouest et les Nord-Africains (1 %). Moins de 1 % des répondants s'identifient comme hispaniques, autochtones ou juifs, ou ont préféré ne pas répondre à la question.

Cette répartition démographique met en évidence une lacune importante dans notre collecte de données sur les consommateurs de médias canadiens, dans la mesure où elle reflète de manière disproportionnée une expérience blanche.

## Âge

Les personnes âgées de plus de 65 ans étaient, de loin, le type de participant le plus courant (38 %), suivies par les personnes âgées de 55 à 64 ans (21 %). Les tranches d'âge de 35 à 44 ans et de 25 à 34 ans sont représentées à parts égales (13 %), les personnes âgées de 44 à 54 ans étant légèrement en retrait (10 %). Seuls 4 % des répondants ont moins de 25 ans.



Cette répartition diffère radicalement de celle de notre sondage auprès des professionnels de l'industrie. Ces données démographiques penchent nettement en faveur des répondants plus âgés, ce qui reflète probablement l'auditoire de *Xtra*.

Il est important de noter que la représentation de la génération Z est négligeable dans ce projet de recherche ; le pourcentage de répondants âgés de moins de 25 ans est d'à peine 4 % dans les deux sondages. Ceci est significatif, car nous constatons des taux d'identification 2ELGBTQIA+ beaucoup plus élevés parmi les jeunes générations. Lorsque le sondage de 2018 sur la sécurité dans les espaces publics et privés a interrogé des Canadiens âgés de 15 ans et plus, plus de 30 % des répondants 2ELGBTQIA+ étaient âgés de 15 à 24 ans ([Statistique Canada, 2022](#)). De nombreuses voix 2ELGBTQIA+ ne sont pas encore représentées dans les industries canadiennes des médias.

## Limites de l'étude

L'un des principaux obstacles à la réalisation de recherches sur la représentation authentique des 2ELGBTQIA+ est la pénurie de renseignements démographiques. Le plus récent recensement de la population en 2021 a été le premier à recueillir des données sur le genre en plus du sexe assigné à la naissance, incluant enfin les Canadiens trans et non binaires dans les données. À ce jour, le recensement du Canada ne pose toujours pas de question sur l'orientation sexuelle, ce qui signifie qu'il n'existe pas de données faisant autorité sur le nombre de Canadiens qui s'identifient comme gai, lesbienne, bi, pan, asexuel ou autrement queer. Les rares statistiques existantes proviennent du sondage volontaire de l'ESCC et des chiffres du recensement concernant les couples de même sexe, c'est-à-dire les couples mariés ou en union libre. Il est frappant de constater que ce dernier omet :

- de nombreuses personnes asexuelles et aromantiques ;
- les personnes bi, pan ou queer mariées à une personne d'un genre différent ;
- les personnes 2ELGBTQIA+ célibataires ou dans une relation non reconnue par le recensement.

Les données du recensement excluent aussi régulièrement les personnes non logées, et un nombre écrasant de personnes non logées sont des gens 2ELGBTQIA+ ([Abi-Nakhoul, 2023](#)).

Il s'agit là d'un problème de recherche, mais aussi d'un problème social et économique. Les données du recensement aident le gouvernement fédéral à déterminer comment distribuer plus de 600 milliards de dollars de financement chaque année, dont 780 millions sont investis dans l'industrie canadienne des médias par le biais du FMC, de Téléfilm Canada, du Bureau de l'écran autochtone

et de l'Office national du film du Canada ([Gouvernement du Canada, 2024](#)). En l'absence de précieuses données démographiques, il est difficile de mesurer le degré de sous-représentation des personnes 2ELGBTQIA+ dans les industries des médias financées par le gouvernement fédéral.

Une fois de plus, la représentation est importante. La collecte de données est encore davantage compliquée par le fait que de nombreuses personnes 2ELGBTQIA+ ne se sentent toujours pas à l'aise pour s'auto-identifier. En outre, les personnes 2ELGBTQIA+ se heurtent régulièrement à l'insuffisance des catégories représentatives du sexe, du genre et de l'orientation. Même des groupes de défense bien intentionnés continuent d'omettre les options relatives à l'intersexualité et empêchent les répondants de sélectionner plusieurs identités de genre ou orientations sexuelles reflétant leurs expériences (p. ex. : demisexuel + pansexuel). Le résultat est que de nombreuses personnes 2ELGBTQIA+ ne se sentent pas reflétées ou incluses dans la société canadienne.

Une représentation authentique dans les médias peut conduire à un profond changement social en favorisant l'acceptation et une meilleure compréhension. Des rapports démographiques attentifs peuvent soutenir de futurs projets sur la représentation des personnes 2ELGBTQIA+ en mettant les recherches en contexte.

# Annexe C : Glossaire

**2ELGBTQIA+** : Acronyme signifiant bispirituel (**2E**, de deux-esprits), lesbienne, gai, bisexuel, transgenre, queer, intersexe et asexuel<sup>1</sup>. Le signe + inclut une variété d'expressions de genre et d'orientations sexuelles et romantiques, y compris agenre, non binaire, aromantique, pansexuel et beaucoup d'autres. Placer la bispiritualité au début de l'acronyme reflète le fait que les peuples autochtones ont été les premières communautés à reconnaître et à respecter la diversité des genres et des sexualités sur cette terre.

La langue et l'identité sont fluides. Lorsque l'on évoque l'identité des autres, il est important de respecter les mots qu'ils utilisent pour se décrire et d'éviter de faire des suppositions. L'orientation sexuelle est déterminée par l'auto-identification et l'attraction (ou le manque d'attraction); elle n'est pas déterminée par le fait d'avoir ou non un partenaire ni par le genre ou l'orientation sexuelle de ce dernier.

**Allonormativité** : L'attitude culturelle dominante qui présuppose que toutes les personnes éprouvent une expérience d'attraction sexuelle et romantique. L'allonormativité est le moteur de la sexualité obligatoire, la croyance sociale selon laquelle la sexualité est obligatoire. Elle est étroitement liée à l'amatonormativité, c'est-à-dire les systèmes sociaux, économiques et juridiques qui privilégient et encouragent les relations amoureuses. L'allonormativité conduit également à l'effacement et à la pathologisation des personnes asexuelles et aromantiques, également connue sous le nom d'aphobie.

**Asexuel** : Parfois abrégé en ace, individu qui n'éprouve pas d'attraction sexuelle. Les personnes asexuelles peuvent ou non éprouver des formes d'attraction romantique, esthétique ou sensuelle, et peuvent également utiliser des termes tels que lesbienne, gai, bi, pan, queer, straight, etc. En tant que terme général, l'asexualité englobe les personnes qui n'éprouvent d'attraction sexuelle que dans certaines circonstances. Les personnes demisexuelles, par exemple, n'éprouvent une expérience d'attraction sexuelle qu'après avoir formé un lien émotionnel ou romantique fort avec quelqu'un. Par conséquent, l'asexualité est souvent considérée comme un spectre qui englobe plusieurs identités, dont l'aceflux, la demisexualité et l'asexualité grise, entre autres.

L'asexualité n'est pas la même chose que l'abstinence ou le célibat, qui sont des termes faisant référence à un comportement plutôt qu'à une attraction. Les personnes asexuelles peuvent avoir des partenaires et adopter toute une série de comportements sexuels sans porter atteinte à leur identité.

---

<sup>1</sup> La terminologie 2ELGBTQIA+ est en constante évolution. Certains acronymes précédents incluaient *questioning* (en questionnement) à la place ou en plus de *queer*; cela était particulièrement courant dans les structures d'aide à la jeunesse.

Les personnes qui éprouvent une attraction sexuelle et ne se considèrent pas comme asexuelles sont qualifiées d'allosexuelles, un terme qui définit simplement la capacité d'éprouver une attirance sexuelle envers d'autres personnes.

**Bisexuel** : Souvent abrégé en bi, personne qui éprouve une expérience d'attraction sexuelle ou romantique (biromantique) pour des personnes de plus d'un genre. Le terme « bi » fait généralement référence à des genres similaires et différents du sien. Bi+ est souvent utilisé pour inclure d'autres identités, y compris pansexuel, fluide et queer.

**Bispiritualité** : Parfois abrégé en 2E (pour deux-esprits), ce terme général utilisé par certaines personnes autochtones de l'île de la Tortue (Amérique du Nord) englobe l'identité sexuelle, de genre et/ou spirituelle. Ce terme ne devrait pas être utilisé par des personnes qui ne sont pas autochtones et ne devrait être utilisé pour décrire une personne autochtone que si elle l'utilise pour se décrire elle-même.

**Cisgenre** : Souvent abrégé en cis, terme utilisé pour désigner une personne dont l'identité de genre correspond au sexe qui lui a été assigné à la naissance. Le préfixe cis découle d'une préposition latine signifiant « du même côté de ». L'identité de genre est indépendante de l'orientation sexuelle.

**Cishet** : Personne à la fois cisgenre et hétérosexuelle. Ce terme n'est pas péjoratif.

**Cishétéronormativité** : Attitude culturelle dominante qui suppose et impose une continuité entre le sexe, le genre et l'orientation sexuelle. Le terme combine les mots cisnormativité (l'hypothèse voulant que tout le monde est ou devrait être cisgenre) et hétéronormativité (l'hypothèse voulant que tout le monde est ou devrait être hétérosexuel) pour refléter le lien de causalité que la société impose entre ces deux concepts. La cishétéronormativité inclut la notion implicite selon laquelle l'identité cisgenre et hétérosexuelle est l'identité « par défaut » et que tous les autres genres et orientations sont par conséquent en dehors de la norme. En tant que système de privilèges, la cishétéronormativité recoupe le sexisme, le racisme, le capacitisme, le classisme et d'autres formes d'oppression systémique.

**Expression de genre** : La présentation et la communication externe du genre par toute combinaison de vêtements, de coiffures, de comportements, de langage corporel, de maniérismes, de voix, etc. Les pronoms et les noms choisis peuvent également constituer une forme d'expression de genre. Étant donné que le genre est socialement construit, la compréhension des expressions de genre relatives à la féminité, à la masculinité, aux deux et/ou à aucune peut varier selon les contextes sociaux. L'expression de genre d'une personne ne correspond pas automatiquement à son identité de genre.

**Gai** : Personne sexuellement ou romantiquement attirée par des personnes du même genre. Bien que ce terme fasse souvent référence aux hommes qui éprouvent de l'attraction pour les hommes, les personnes ayant d'autres identités de genre peuvent également l'utiliser pour se décrire.

**Identité de genre :** Expérience individuelle d'une personne concernant son propre genre. Le genre lui-même est un ensemble de rôles, de comportements et d'attributs socialement construits qu'une société donnée attribue au sexe assigné à une personne. L'identité de genre peut être identique ou différente du sexe assigné à la naissance et ne correspond pas nécessairement à l'expression de genre. Les personnes qui ne s'identifient à aucun genre et n'en font pas l'expérience utilisent souvent le terme agenre pour se décrire.

**Intersectionnalité :** Inventé par Kimberlé Crenshaw, juriste et défenseure des droits civiques, ce terme fait référence au chevauchement et à l'interdépendance de diverses identités sociales produisant des expériences distinctes d'oppression. Il est important de noter que l'intersectionnalité n'est pas une simple question d'addition. Une femme lesbienne noire ne vit pas le racisme, le sexisme et l'homophobie comme des formes distinctes d'oppression, mais comme des formes d'inégalité qui s'exacerbent les unes les autres. Son expérience du racisme différera de celle d'un homme noir et son expérience de l'homophobie différera de celle d'une femme lesbienne blanche. Les efforts de démantèlement de la cishétéronormativité doivent également tenir compte du chevauchement entre la cisnormativité, l'hétéronormativité, le racisme, le sexisme, le capacitisme et d'autres formes d'oppression systémique.

**Intersexe :** Terme désignant les personnes nées avec des caractéristiques sexuelles associées médicalement aux corps masculin et féminin. Ces caractéristiques comprennent des variations des hormones, des chromosomes et des organes génitaux internes et externes, ainsi que toute combinaison de caractéristiques sexuelles primaires ou secondaires. L'intersexualité fait référence au sexe biologique et se distingue de l'identité de genre.

**Jeux AAA :** Également connu sous le nom de Triple-A, une classification informelle utilisée pour décrire les jeux vidéo produits ou distribués par un développeur majeur. Ces jeux sont généralement développés par une immense équipe composée de centaines de professionnels dont les rôles sont très structurés et spécialisés, notamment en matière de conception, d'animation, de son, de programmation et de marketing. Ubisoft est un exemple d'un éditeur AAA.

Les jeux vidéo de milieu de gamme développés par des équipes plus petites (50 à 100 personnes) sont parfois appelés jeux AA (Double-A). Ces studios de développement ont souvent plus de liberté d'innover que les studios AAA, mais restent souvent redevables des exigences de leurs investisseurs, en particulier en ce qui concerne la restriction des risques.

**Jeux vidéo indépendants :** Ce terme désigne les jeux créés par des individus ou de petites équipes de développeurs sans le soutien financier d'un éditeur. Ils sont généralement vendus par le biais de canaux de distribution numériques tels que Steam plutôt que par des détaillants populaires.

**Lesbienne :** Généralement, les femmes qui éprouvent une expérience d'attraction romantique et/ou sexuelle envers d'autres femmes. Cependant, la définition ci-dessus repose sur un genre binaire rigide qui exclut les personnes qui ne s'identifient pas comme des femmes (par exemple, les lesbiennes non binaires ou les lesbiennes à genre fluide). Une définition plus inclusive est celle d'un non-homme attiré exclusivement par des non-hommes. Cette deuxième définition est plus représentative des personnes participant à notre étude.

**Non-conformité de genre :** Terme qui désigne les personnes qui rejettent les stéréotypes sociaux autour du genre et/ou les personnes qui élargissent les idées sur l'identité ou l'expression de genre. La non-conformité de genre n'est pas synonyme d'identité trans, non binaire ou autre, bien que ces identités puissent se chevaucher. Les personnes cisgenres peuvent ne pas se conformer au genre.

**Queer :** Terme général désignant une grande variété de personnes à travers une gamme d'identités de genre et d'orientations sexuelles. Ce terme a été détourné de son usage péjoratif.

**Sexe assigné à la naissance :** La classification d'une personne en tant qu'homme, femme ou intersexe sur la base de caractéristiques à la naissance, y compris les organes génitaux internes et externes, les hormones et les chromosomes. Le terme AFAB (*assigned female at birth*) est souvent utilisé pour désigner une personne à qui le sexe féminin a été assigné à sa naissance, et le terme AMAB (*assigned male at birth*) pour désigner une personne à qui le sexe masculin a été assigné à sa naissance.

**Syndicat :** Un syndicat est une organisation formée par des employés qui s'unissent pour négocier des salaires équitables, des horaires raisonnables, de meilleurs avantages sociaux et des conditions de travail sûres. Les membres des syndicats élisent généralement des représentants qui défendent les intérêts des travailleurs et veillent à ce que la direction respecte les termes de leur contrat syndical, un document connu sous le nom d'« accord collectif ».

**Transgenre :** Souvent abrégé en trans, terme qui désigne une personne dont l'identité de genre ne correspond pas nécessairement au sexe qui lui a été assigné à la naissance. Le préfixe trans découle d'une préposition latine signifiant « d'un côté différent de ». D'autres personnes qui transcendent les attentes sociales autour de l'identité et de l'expression de genre, entre autres les personnes androgynes, non binaires et ayant une diversité de genre, peuvent utiliser le terme trans comme terme général, mais ce n'est pas le cas de tous. Il est important de respecter les termes que les personnes utilisent pour se décrire. L'identité de genre trans est indépendante de l'orientation sexuelle.

# Annexe D : Ressources supplémentaires

## Syndicats de l'industrie et bureaux de l'audiovisuel

Alliance des artistes canadiens de la télévision et de la radio  
<https://www.actra.ca>

Bureau de l'écran autochtone  
<https://iso-bea.ca/fr>

Bureau de l'écran des Noirs  
<https://bso-ben.ca/fr>

Canadian Actors' Equity Association  
<https://www.caea.com>

Canadian Media Producers Association  
<https://cmpa.ca>

Congrès du travail du Canada  
<https://congresdutravail.ca>

Game Workers Coalition  
<https://gameworkerscoalition.org/fr>

Guilde canadienne des réalisateurs  
<https://www.dgc.ca/fr/national>

International Alliance of Theatrical, Stage Employees  
<https://iatse.net/fr>

Office de la représentation des personnes handicapées à l'écran  
<https://www.dso-orphe.ca/fr>

Société des auteurs de radio, télévision et cinéma  
<http://www.sartec.qc.ca>

Writer's Guild of Canada  
<https://www.wgc.ca>

## Autres ressources

### ***Réseau AVEN (Asexual Visibility & Education Network)***

La plus grande communauté asexuelle en ligne au monde. Elle dispose également de riches archives de ressources sur l'asexualité.

<https://fr.asexuality.org>

### ***Egale***

Une organisation canadienne qui défend l'égalité des personnes 2ELGBTQIA+ par la recherche, l'éducation, la sensibilisation et la défense des droits. <https://egale.ca>

### ***Guide des travailleuses et travailleurs en transition***

Un guide pratique à l'intention des représentants syndicaux et des membres transgenres du Congrès du travail du Canada. <https://congresdutravail.ca/guide-travailleuses-et-travailleurs-en-transition>

### ***HAVRE***

Une plateforme en ligne nationale pour le rapport de comportements inappropriés sur le lieu de travail, développée en partenariat avec la Guilde canadienne des réalisateurs et la Canadian Actors' Equity Association. <https://havenonline.ca/>

### ***Intersex Campaign for Equality***

Une organisation qui promeut les droits de l'homme et l'égalité pour toutes les personnes intersexes à travers l'art, l'éducation et l'action. <https://www.intersexequality.com>

### ***Travailler pour le changement : comprendre les expériences en matière d'emploi des personnes 2Spirit, trans et non binaires au Canada***

Un rapport d'Égale qui présente des recherches sur les expériences d'emploi, de sous-emploi et de chômage des personnes bispirituelles, transgenres et non binaires au Canada. <https://egale.ca/awareness/tpc/>

### ***Working With Queer Performers***

Lignes directrices pour l'industrie visant à encourager un changement significatif de la manière comment les scénaristes, agents, régisseurs de distribution, réalisateurs et producteurs traitent les professionnels 2ELGBTQIA+. Produit par outACTRAto. <https://www.actratoronto.com/committees/outactrato/working-with-queer-performers>

### ***Xtra Magazine***

Xtra est un magazine en ligne à but non lucratif et une plateforme communautaire couvrant la culture, la politique, les relations et la santé sous le prisme 2ELGBTQIA+. <https://xtramagazine.com>