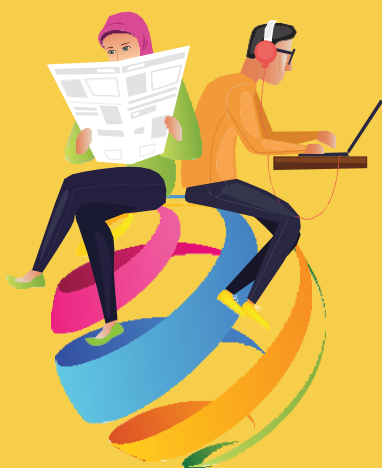


# QUI

FIGURE DANS LES  
NOUVELLES?



## GMMP

Projet mondial de  
monitorage des  
médias

# 2020

# France

---

## RAPPORT NATIONAL



## GMMP

Projet mondial  
de monitoring  
des médias

# 2020



Le GMMP est placé sous licence Creative Commons (Paternité - Pas d'utilisation commerciale - Pas de modification). Le GMMP est coordonné par l'Association mondiale pour la communication chrétienne (WACC), une ONG internationale qui encourage la communication pour favoriser le progrès social.



Les données du GMMP 2020 ont été recueillies grâce aux efforts bénévoles et collectifs de centaines d'organisations regroupant notamment des militants pour la parité dans les médias, des groupes de citoyens, des professeurs et des étudiants en communication, des professionnels des médias, des associations de journalistes, des réseaux de médias alternatifs et des groupes paroissiaux.

Pas d'utilisation commerciale. Vous n'avez pas le droit d'utiliser cette création à des fins commerciales.

Pas de modification. Vous n'avez pas le droit de modifier, de transformer ou d'adapter cette création.

À chaque réutilisation ou distribution de cette création, vous devez faire apparaître clairement au public les conditions contractuelles de sa mise à disposition. Rien dans ce contrat ne diminue le droit moral de l'auteur ou des auteurs.



*Avec le soutien de*



# Remerciements

Nous tenons à remercier chaleureusement toutes les personnes qui se sont mobilisées pour permettre de mener à bien cette étude : la cinquantaine de moniteurs et monitrices et les responsables de médias, avec une mention spéciale pour David Doukhan de l'Institut national de l'audiovisuel (INA), Véronique Moriceau de l'IRIT (Université Toulouse 3) et le secrétariat d'État à l'égalité femmes-hommes, tout particulièrement Carole Modigliani-Chouraki.

Nous remercions également l'Institut national de l'audiovisuel (INA) qui, dans le cadre plus global d'une recherche financée par l'Agence nationale de la recherche, Gender equality monitoring (ANR-19-CE38-0012), a mis à notre disposition un corpus de documents audiovisuels.

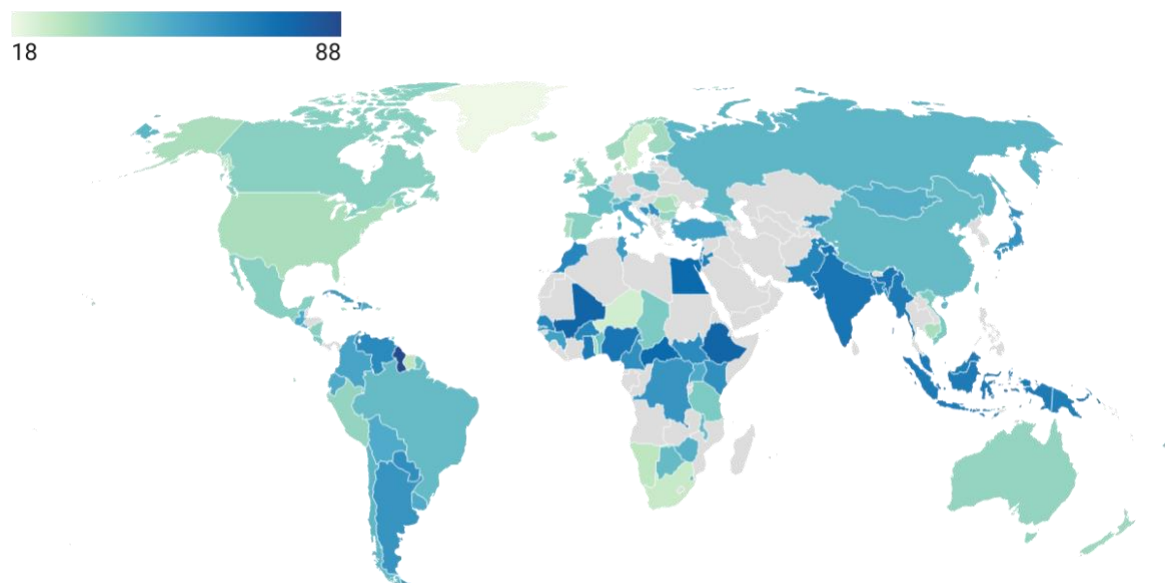
Marlène Coulomb-Gully et Cécile Méadel,  
Coordonnatrices France et rédactrices du présent rapport

# Table des matières

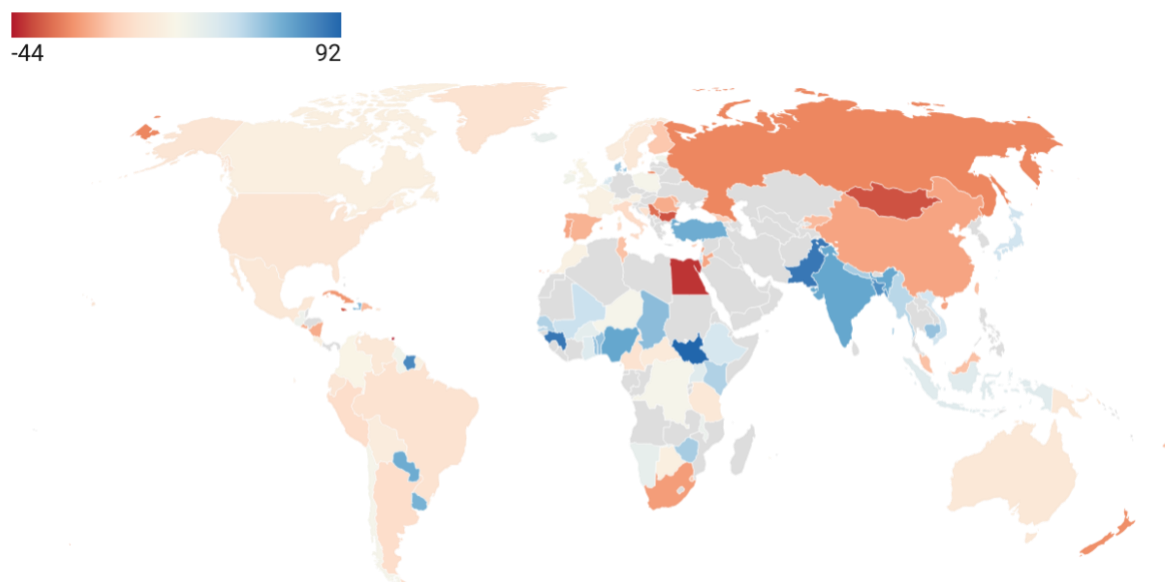
<b>CONTEXTE MONDIAL .....</b>	<b>8</b>
<b>CONTEXTE NATIONAL.....</b>	<b>10</b>
POURQUOI LE MONITORAGE DES MEDIAS EST IMPORTANT POUR LA FRANCE ? .....	10
POURQUOI AVONS-NOUS PARTICIPE A CE PROJET DE MONITORAGE ? .....	11
QUESTIONS NATIONALES .....	11
<b>SYNTHESE .....</b>	<b>13</b>
QUELQUES RESULTATS CLES.....	13
<b>UNE JOURNEE DANS LES NOUVELLES EN FRANCE.....</b>	<b>15</b>
ACTUALITE DU 29 SEPTEMBRE 2020.....	15
LE CONTEXTE .....	16
<i>Paysage médiatique.....</i>	<i>16</i>
MEDIAS MONITORES .....	18
QUELQUES EXEMPLES DE TRAITEMENT QUALITATIF DES NOUVELLES .....	21
1- <i>Stéréotype flagrant.....</i>	<i>21</i>
2- <i>Stéréotype subtil.....</i>	<i>22</i>
3- <i>Occasion manquée .....</i>	<i>23</i>
4- <i>Référence au genre .....</i>	<i>23</i>
<b>THEMES DES NOUVELLES : POLITIQUE ET ECONOMIE EN POLE POSITION .....</b>	<b>26</b>
<b>SUJETS ET SOURCES DES NOUVELLES.....</b>	<b>29</b>
DES FEMMES GLOBALEMENT MINORITAIRES, DANS LA QUASI-TOTALITE DES THEMES ABORDES .....	29
<i>Une répartition thématique largement déséquilibrée.....</i>	<i>29</i>
<i>En Europe comme en France : les hommes d'abord.....</i>	<i>31</i>
QUELLES SOURCES D'INFORMATION SONT LES FEMMES ? .....	32
<i>Une représentation professionnelle dé-corrélée de l'organisation effective des métiers .....</i>	<i>32</i>
<i>Une parole d'autorité toujours difficile d'accès pour les femmes .....</i>	<i>33</i>
<b>LES JOURNALISTES.....</b>	<b>37</b>
<b>UN COVID-19 AMBIVALENT DANS SES EFFETS SUR LE GENRE .....</b>	<b>40</b>
<b>RESUME ET CONCLUSIONS : INERTIE GLOBALE ET RAISONS D'ESPERER.....</b>	<b>43</b>
L'INERTIE PERSISTANTE DES MEDIAS .....	43
UNE PRISE DE CONSCIENCE AU SEIN DES REDACTIONS QUI PEINE A SE TRADUIRE DANS LA COUVERTURE DES NOUVELLES .....	44
RECOMMANDATIONS ET PLAN D'ACTION 2021-2025 .....	44
1. <i>Promouvoir des rédactions responsables.....</i>	<i>45</i>
2. <i>Promouvoir le genre dans la formation professionnelle initiale et continue.....</i>	<i>45</i>
3. <i>Poursuivre, discuter et publiciser le travail de monitoring régulier des médias.....</i>	<i>45</i>
4. <i>Inciter les pouvoirs publics à s'engager .....</i>	<i>45</i>
5. <i>Promouvoir l'égalité de genre dans l'éducation initiale, l'éducation aux médias, la vigilance citoyenne.....</i>	<i>45</i>

CONCLUSION DU TRIANGLE DE VELOURS AU CARRE D'OR .....	46
<b>ANNEXES .....</b>	<b>47</b>
ANNEXE 1. METHODOLOGIE .....	47
ANNEXE 2 : ÉQUIPE DE CODAGE.....	50
ANNEXE 3 : TEMPS DE CODAGE.....	51
<b>ANNEXE 4 : FICHES QUALITATIVES.....</b>	<b>52</b>
1- Stéréotype flagrant.....	52
2- Stéréotype subtil .....	61
3- Occasion manquée .....	63
4a-Référence au genre – Stéréotype mis en cause.....	69
4b-Référence au genre & Équilibre / genre.....	71
4c- Référence directe au genre.....	74





*Fig. 1. Disparité entre les sexes: Sujets et sources des nouvelles. Journaux, radio et télévision. Données du GMMP 2020*



*Fig. 2. Disparité entre les sexes: Les reporters. Journaux, radio et télévision. Données du GMMP 2020*

# Contexte mondial

Le Project mondial de monitoring des médias (GMMP) est la recherche la plus longue et la plus approfondie au monde sur le genre dans les médias d'information. La recherche a été conçue pour capturer un instantané du genre lors d'une journée d'information «ordinaire» dans les médias d'information mondiaux. Une journée d'information ordinaire est définie comme une journée dans laquelle l'agenda de l'actualité contient un mélange ordinaire de reportages, d'articles de tous les jours sur la politique, l'économie, les problèmes sociaux, la criminalité et d'autres questions.

Cela a commencé en 1995 lorsque des bénévoles dans 71 pays du monde ont surveillé la présence des femmes dans leurs actualités à la radio, à la télévision et dans la presse écrite. Le monitoring des médias a été répété tous les cinq ans depuis lors, faisant le point sur l'évolution des dimensions de genre du contenu des médias d'information et collectant des données statistiques sur de nouveaux indicateurs.

L'étude de 1995 a révélé que seulement 17 % des sujets de l'actualité, les personnes interviewées ou sur lesquelles porte l'actualité, étaient des femmes. Celle-ci a constaté que la parité entre les sexes était « une perspective lointaine dans n'importe quelle région du monde ». Les nouvelles [étaient] plus souvent présentées par des femmes mais [elles étaient] encore rarement sur les femmes.<sup>1</sup>

Le premier changement notable dans la présence globale des femmes dans les nouvelles a été enregistré en 2005 dans la troisième itération de la recherche.<sup>2</sup> Les femmes représentaient 21 % des sujets d'actualité, une augmentation de trois points de pourcentage sur la période 2000 à 2005. Leur quasi-invisibilité s'est toutefois poursuivie, avec seulement 10 % des reportages centrés sur les femmes, une sous-représentation dans les principaux sujets d'actualité et en tant que voix dans l'actualité.

Dès le cinquième GMMP en 2015, il était clair que les journées d'information « ordinaires » ne pouvaient pas être prédites ou planifiées à l'avance ; des événements inattendus ont lieu qui dominent l'actualité, du tremblement de terre de Kobe en 1995 au crash de l'avion de Germanwings dans les Alpes en 2015.

L'étude de 2015 dans 114 pays a révélé de graves disparités entre les sexes persistantes dans le contenu des médias d'information. Les conclusions sur les indicateurs clés suggèrent que les progrès vers l'égalité des sexes ont perdu de leur élan ; les femmes sont restées à seulement 24% des personnes entendues, lues ou vues dans les nouvelles des journaux, à la télévision et à la radio, exactement le même niveau trouvé dans la quatrième vague de la recherche en 2010. Trois éditions de la recherche, en 2005, 2010 et 2015, n'ont trouvé aucun changement sur l'indicateur mesurant la participation des femmes à l'actualité en tant que reporters ; seulement 37% des reportages dans les médias traditionnels ont été rapportés par des femmes.

L'invisibilité relative des femmes dans les médias d'information traditionnels s'est également étendue pour la première fois aux plateformes de diffusion d'informations numériques incluses dans le monitoring du GMMP. Seulement 26% des personnes dans les articles sur les sites Web

---

<sup>1</sup> *Global Media Monitoring Project, Women's participation in the news*. National Watch on Images of Women in the Media (MediaWatch) Inc. 1995

<sup>2</sup> Gallagher, Margaret. *Who makes the news? Global Media Monitoring Project*, 2005. World Association for Christian Communication.



d'actualités grand public et les tweets d'actualités médiatiques combinés étaient des femmes. Les défis du sexisme des médias d'information, des stéréotypes de genre et des préjugés sexistes étaient apparemment insolubles dans le temps, l'espace et les plateformes de diffusion de contenu.

La Secrétaire générale adjointe des Nations Unies et Directrice exécutive de l'ONU Femmes, Phumzile Mlambo-Ngcuka, a souligné que la manière dont les femmes sont représentées dans les médias « a un effet profond sur les attitudes sociétales et renforce les rôles traditionnels de genre. Les femmes et les filles sont la moitié de l'humanité. Donner autant de temps et de poids à leurs histoires, les présenter comme des modèles positifs et non comme des victimes, joue un rôle sous-estimé dans la création d'un monde meilleur et plus libre pour nous tous. »<sup>3</sup>

Les événements de l'année 2020 du GMMP ont été encore plus extraordinaires. À partir de fin 2019 et en s'intensifiant au cours de l'année, le monde a été ravagé par le nouveau coronavirus Covid-19. Cette sixième vague de recherche a offert l'occasion d'examiner le genre dans la couverture médiatique lors d'une catastrophe mondiale, une période marquée par une crise sanitaire mondiale, et l'intensification des inégalités accompagnant la crise.

Les équipes du GMMP dans 116 pays ont surveillé 30 172 articles publiés dans les journaux, diffusés à la radio et à la télévision, et diffusés sur les sites Web d'information et via les tweets des médias d'information dans 2 251 points de vente. Les histoires contenaient 58 499 sujets et sources d'information, et ont été rapportées et présentées par 28 595 journalistes. Le nombre de nations participantes a augmenté de 63 % depuis 1995, car des données de référence ont été recueillies pour huit pays se joignant à l'étude pour la première fois. Le nombre de faits divers suivis a doublé au cours des 25 dernières années et a augmenté de plus de 8 000 depuis l'édition 2015.

Les conclusions du sixième GMMP révèlent une image mitigée de progrès, de stagnation et de régression. Alors que certains plafonds de verre sont clairement tendus vers le haut, d'autres surgissent sur certains indicateurs importants d'égalité des genres dans les médias. Les cinq dernières années ont vu de petits changements progressifs vers la parité, dans le même temps, le rythme global du changement reste glacial.

---

<sup>3</sup> *In Who makes the news? The Global Media Monitoring Project report, 2015*

# Contexte national

## Pourquoi le monitoring des médias est important pour la France ?

En 2017, #metoo au niveau international et #balancetonporc en France ont mis sur le devant de la scène la question des inégalités de genre et suscité une prise de conscience inédite par son ampleur dans la population, les médias et l'espace public. Les médias, y compris les médias dits *mainstream*, ont contribué à la popularisation de ces événements en dénonçant le sexisme de la société en même temps qu'ils ont été montrés du doigt comme participant directement à la pérennisation de la domination masculine. L'affaire dite de "la ligue du LOL" (février 2019), a confirmé que les médias n'échappent pas au sexisme structurel de la société française : à travers la mise au jour de faits de harcèlement, elle révèle l'homosocialité des médias, fondés sur un entre-soi masculin, hétérosexuel et blanc.

Relayant les revendications des féministes, de plus en plus de journalistes (des femmes, le plus souvent) dénoncent cette situation : ainsi du collectif "Prenons la Une" très actif en la matière. Est en particulier dénoncée la double structuration verticale et horizontale qui continue de régner dans les médias, en dépit d'indéniables progrès : le plancher collant et le plafond de verre maintiennent les femmes à l'écart des postes de responsabilité (structuration verticale) et tous les secteurs du journalisme sont loin d'être mixtes (structuration horizontale). Les secteurs "régaliens" (politique internationale, défense, économie, etc.) restent masculinisés tandis que les femmes sont majoritaires dans les secteurs liés au *care*. Le sexisme du journalisme sportif est régulièrement dénoncé (cf le documentaire très largement médiatisé -et partiellement censuré- de la chroniqueuse sportive de télévision Marie Portolano, associée à Guillaume Priou, "Je ne suis pas une salope, je suis une journaliste" diffusé sur la chaîne Canal+ en mars 2021).

Ce sexisme structurel au niveau de la production se retrouve dans la représentation du genre dans les médias, où les femmes sont moins visibles que les hommes, les femmes noires moins que les femmes blanches, les femmes non éduquées moins que celles qui le sont, etc<sup>4</sup>. La récente pandémie de COVID (printemps 2020) qui a renvoyé les femmes à leur invisibilité coutumière, l'a cruellement rappelé.

Il est donc nécessaire d'ausculter régulièrement les médias, et en particulier les médias d'information qui revendiquent un "dire vrai" (contrairement à la fiction ou au divertissement) : le GMMP, comme d'autres travaux initiés par l'Institut National de l'Audiovisuel (INA)<sup>5</sup> ou le Conseil Supérieur de l'Audiovisuel (CSA)<sup>6</sup>, sont à ce titre indispensables.

C'est d'autant plus nécessaire que les médias sont "prescriptifs". Rappelons en effet le pouvoir de

---

<sup>4</sup> Biscarrat L., Coulomb-Gully M. et Méadel C., « Ce que soulèvent les chiffres. La place des femmes dans les médias : retour sur enquêtes », *Le Temps des médias*, 29, automne 2017, p.193-207

<sup>5</sup> Doukhan, D., « A la radio et à la télé, les femmes parlent deux fois moins que les hommes », *La Revue des médias*, mars 2019. Uro, R. et Doukhan, D., « Pendant le confinement, le temps de parole des femmes a baissé à la télévision et à la radio », *La Revue des médias*, septembre 2020.

<sup>6</sup> La haute autorité a publié en 2019 et 2020 un rapport sur la représentation des femmes à la télévision et à la radio (en ligne sur le site du CSA).

socialisation des médias : “*If she can see it, she can be it*” rappelle l’actrice Geena Davis, fondatrice d’un institut travaillant sur les disparités de genre dans les médias<sup>8</sup>. L’invisibilité des femmes dans certains rôles et fonctions les prive de modèles qui leur permettraient de se projeter de façon réaliste dans des professions, des études, des loisirs, etc. qui apparaissent de ce fait comme réservés aux garçons, argumente l’actrice.

**L’intérêt de cette édition 2020 du GMMP peut ainsi se résumer comme suit :**

- 1. L’ébranlement de la vague #metoo a-t-elle eu des répercussions tangibles sur la place des femmes dans les médias, sur le plan quantitatif comme qualitatif (stéréotypes de genre moins prégnants)? Et ce, qu’il s’agisse des femmes représentées (« sources » et « sujets » des nouvelles) ou des journalistes femmes.**
- 2. Quel est l’impact du COVID sur les médias au regard du genre ?**

## **Pourquoi avons-nous participé à ce projet de monitoring ?**

Il s’agit pour la France de la troisième enquête du GMMP intégralement menée à bien. En effet, une équipe avait produit quelques résultats partiels en 1995, qui, trop lacunaires, n’avaient pas pu être intégrés dans les résultats finaux du GMMP ; ensuite la France n’a pas participé à l’enquête en 2000. L’enquête de 2010 a été la première à laquelle notre pays a contribué en accomplissant l’ensemble du processus, depuis le recueil de données jusqu’à son traitement intégral par le GMMP.

En 2010, nous n’avions monitoré que les trois médias « traditionnels » (radio, télévision et presse) ; à partir de 2015, nous avons ajouté les médias électroniques (internet et twitter).

Dans l’enquête de 2010<sup>9</sup>, nous concluons par ces propos qui expliquent pourquoi nous avons à nouveau souhaité participer en 2015, puis, pour les mêmes raisons en 2020 : « Cette enquête contribue à nourrir la revendication d’égalité en dénonçant le déséquilibre dans le traitement des sexes, et en en proposant une métrique comparative à la fois dans le temps, entre pays et entre médias. Son objectif est ainsi de favoriser la recherche de formulations moins androcentrées. Par son ampleur et par l’effet des chiffres produits, elle peut aussi contribuer à la visibilité des travaux sur le Genre en s’appuyant sur la légitimité (même contestable ou peut-être même parce que contestable) du quantitatif ». Nous souscrivons toujours à ces propos, qui restent (hélas) largement d’actualité.

## **Questions nationales**

Notre équipe a choisi trois questions liées à l’actualité des questions de genre en France :

- Question personnalisée 1: La langue utilisée est-elle inclusive ? Malgré une réglementation publique qui vise à donner une place aux femmes dans les usages publics de la langue, les questions de féminisation des titres, de reconnaissance linguistique de la place des femmes,

---

<sup>7</sup> « Si elle peut le voir, elle peut le devenir »

<sup>8</sup> Voir le [site](#) du Geena Davis Institute on Gender in Media.

<sup>9</sup> Coulomb-Gully Marlène et Méadel Cécile, « Jardinières et plombières. Résultats d’enquête et considérations méthodologiques sur la représentation du genre dans les médias », *Sciences de la société*, 2012, 83, 15-35.

de l'emploi du pseudo-neutre masculin... restent fortement controversées. Il s'agit donc de repérer les marques linguistiques (morphologiques, syntaxiques) qui manifestent la prise en compte du féminin (son "inclusion") à l'écrit comme à l'oral, quelle que soit la forme adoptée.

- Question personnalisée 2 : La personne apparaît-elle, selon le texte, les images, ou le son, comme appartenant aux minorités ethnoraciales (i.e. non blanches) ? Le débat sur les études post-coloniales et sur le soi-disant islamo-gauchisme des universités a été très présent en particulier ces derniers mois. L'objectif de la question ici posée est de mesurer la place des personnes perçues comme non blanches dans les médias. Dans la mesure où nous ne pouvons nous reposer sur des éléments auto-déclaratifs en raison du dispositif et du corpus même, se pose la question de savoir « qui perçoit ? » Nous assumons comme étant totalement inhérent à la question le fait que la réponse à cette question est subjective ET collective.
- Question personnalisée 3 : La personne évoquée est-elle une femme dotée d'autorité ? Cette question nous a été inspirée à la fois par les résultats antérieurs du GMMP mais aussi par l'analyse des intervenants du journal télévisé pendant la période du Covid. L'enquête GMMP 2010 et 2015 montraient que les femmes étaient beaucoup moins sollicitées que les hommes pour leurs expertises, y compris dans les domaines où elles sont largement majoritaires. Nous avons donc voulu mesurer la proportion de femmes, sources ou sujettes de nouvelles, dotées d'autorité, en termes de pouvoir, de savoir ou de notoriété. Cette autorité peut être locale, professionnelle ou nationale.

# Synthèse

Après les informations contextuelles relatives aux informations de ce 29 septembre 2020 et au contexte médiatique français, le développement ci-dessous comporte quatre sections :

1. la première porte sur les thèmes des nouvelles,
2. la seconde sur les personnes représentées dans les nouvelles, comme sujets et sources d'informations,
3. la troisième sur les journalistes,
4. et la quatrième est consacrée au traitement spécifique du Covid-19.

Nous avons traité tous les médias ensemble, traditionnels comme électroniques, les différences entre les deux n'étant le plus souvent pas significatives.

Les principaux résultats, que nous résumons à travers une série de chiffres ci-dessous, nous font nous interroger sur **le paradoxe du féminisme de la 3ème vague**, qui pour avoir fortement infusé dans certains médias (du moins le pensions-nous), ne se traduit pas dans les chiffres puisque **les femmes représentent toujours moins de 30 % des personnes représentées dans les nouvelles et moins de 40 % des journalistes.**

Pour vaincre cette inertie, caractéristique première des technologies de pouvoir selon Michel Foucault, il faudra *plus* que des enquêtes et des études qui, inlassablement, font le constat des inégalités de genre. Une révolution sera-t-elle nécessaire ?

## Quelques résultats clés

**Les femmes toujours minoritaires dans les médias** : elles ne sont l'objet ou la source des nouvelles<sup>10</sup> que dans **moins de 30 % des cas** ; ce chiffre est en hausse par rapport à 2015 mais ne dépasse que faiblement celui de 2010. Le progrès en matière de représentation des femmes apparaît donc comme erratique et ne permet pas de considérer les améliorations comme des acquis durables.

**Les thèmes principaux des médias restent très largement l'affaire des hommes** : l'économie 8 fois sur dix, la politique 3 fois sur 4. La part des femmes est un peu plus élevée lorsqu'il s'agit de social ou de santé ... mais reste très loin de leur présence effective dans les métiers liés à ces secteurs.

- **Le genre n'est pas un sujet** : globalement en effet, la question du genre reste très faiblement traitée (environ 1% des nouvelles). En dépit du poids alourdi de la charge mentale en situation de télétravail, du rôle central des femmes dans la prise en charge de la pandémie, de l'augmentation des violences familiales, le genre n'est pas une thématique prégnante ce jour-là.

Bref, quel que soit le thème de la nouvelle, la sous-représentation des femmes, demeure, sauf exception, généralisée.

---

<sup>10</sup> La terminologie du GMMP emploie le mot « source » (ou « personnes évoquées ») pour désigner à la fois les femmes dont on parle et celles qui interviennent dans les nouvelles.

- La France se situe **dans la moyenne européenne de 30 %** de femmes dans les informations.
- La plus forte présence des femmes dans les médias électroniques (28 % pour les médias traditionnels contre 36 % pour Twitter et Internet) tient au fait que ces derniers traitent moins des thèmes régaliens, traditionnellement masculins. Par ailleurs, cet avantage comparatif n'a pas évolué depuis 2015.

La représentation que les médias offrent des femmes n'est pas corrélée avec l'organisation sociale. Même pour les métiers dans lesquelles elles sont majoritaires ou presque, comme le barreau, la magistrature, voire la médecine, elles restent très faiblement représentées dans les médias. Les médias, rappelons-le, ne sont pas le reflet de la réalité : ils l'interprètent.

**Les femmes expertes toujours minoritaires.** La place qui leur est impartie ne reconnaît que rarement leur expertise : dans un cas sur quatre au maximum, les expert.es ou porte-paroles sont des femmes. Elles ne s'approchent de la parité que lorsqu'il s'agit de raconter leur expérience personnelle (46 %) ou de servir de témoins (39 %).

Les femmes présentes dans les médias sont moins qualifiées, occupent des positions sociales plus dominées, sont plus souvent caractérisées par leurs liens familiaux, plus souvent prises en photo, moins dotées d'autorité et en moyenne plus jeunes que leurs homologues masculins.

**Le journalisme reste un métier largement masculin** (à 61 %) en dépit de la féminisation croissante dans les rédactions et massive dans les écoles. La télévision est pour cette enquête le média le plus *genderfriendly* et la radio le moins accueillant aux femmes. Pour l'ensemble des cinq médias, **les journalistes femmes ont des pratiques professionnelles identiques à celles des hommes** : elles ne favorisent pas les femmes comme sources d'information ; elles sont cependant chargées de traiter les rares nouvelles traitant du genre en tant que tel et utilisent légèrement plus un langage inclusif qui met en évidence la sexuation sociale.

La pandémie de **COVID** occupe une place importante dans les nouvelles du jour (près d'un quart des informations) ; elle fonctionne comme **accélérateur de parité pour les journalistes**, les femmes y étant particulièrement représentées (47 % des nouvelles traitées par des femmes journalistes contre 39 % toutes thématiques confondues) ; en revanche elle n'a aucun effet sur le choix des sources et sujets qui demeurent masculins (en dépit de la place du *care*) dans près de 70 % des cas.

# Une journée dans les nouvelles en France

## Actualité du 29 septembre 2020

L'actualité de ce mardi 29 septembre en France est parfaitement ordinaire dans le sens où aucun événement particulier ne vient vampiriser l'information ou en bouleverser l'ordonnancement habituel, contrairement à ce qui s'était passé lors de la précédente journée de « monitoring » en 2015 (le crash alors inexplicable d'un avion de la Germanwings avait mis sur le devant de la scène les familles bouleversées et les expert.es en avionique -des hommes dans leur grande majorité-). Cette journée ordinaire est un excellent terrain d'études pour analyser le déploiement « normal » de l'information au regard des sexo-spécificités.

**Au plan international**, deux titres semblent faire consensus parmi les médias :

-la perspective du premier débat Trump-Biden dans les heures à venir : on peut attendre des témoignages des partisan.es de l'un et l'autre candidat, l'évocation des deux hommes et l'éventuelle mention de Kamala Harris, des paroles d'expert.es

-la guerre au Haut Karabakh, terrain d'affrontement entre l'Arménie et l'Azerbaïdjan (avec l'intervention de la Russie et de la Turquie).

**Au plan intérieur**, l'actualité du jour met en avant les informations suivantes :

- **un fait divers tragique** : dans l'Isère, Victorine, jeune femme de 18 ans, est retrouvée morte dans un ruisseau. Ayant raté son bus, elle est rentrée chez elle à pied, en soirée, empruntant un chemin qui passe par des bois et des passages non éclairés. Un classique du fait divers, qui renvoie au mythe du Petit chaperon rouge. Le couple femme victime/ hommes actifs (justice, police, etc) risque d'être activé, de même que l'hypothèse d'un agresseur masculin.
- **le début des enchères pour la 5G** (ses opposant.es sont traité.es d'« Amish » par le Président Macron) et ses conséquences sur la santé, l'environnement, l'économie; les témoignages, les expert.es, les politiques sont attendu.es sur ce dossier dans une partition genrée qui sera intéressante à étudier.
- le retour sur **l'attaque** perpétrée la semaine précédente contre les anciens **locaux de Charlie Hebdo** par un jeune Pakistanais en signe de protestation contre les caricatures de Mahomet, celui-ci ayant blessé deux personnes (assaillant et victimes sont tous des hommes).
- **Protection animale** : projet de loi de la Ministre Pompili consistant à interdire les animaux sauvages dans les cirques ambulants et la reproduction d'orques de de dauphins (une femme politique en butte à la protestation des professionnel.les du secteur ?)
- -et bien sûr la page **COVID-19** :
  - fermeture des restaurants et cafés pour limiter la propagation du virus : manifestations des professionnel.les du secteur, reçu.es ce 29 septembre à Matignon (quelle part d'hommes et de femmes dans chaque cas ?)
  - délocalisation accélérée d'entreprises : chômage, aides de l'Etat... (quelle part d'hommes et de femmes parmi les syndicalistes, les salarié.es, les politiques, les témoins lambda ?)

- l'État promet un complément de salaire aux salarié.es des EPHAD (des salarié.es qui sont des femmes pour la plupart : cette dimension sera-t-elle abordée dans les reportages ?)
- les médecins demandent des mesures plus strictes au gouvernement pour limiter le développement de la pandémie ; recherches sur un traitement contre le COVID à l'Institut Pasteur de Lille (quid des femmes dans ces reportages ? Voir leur disparition en tant qu'expertes durant le premier confinement de mars 2020).

## Le contexte

### Paysage médiatique

#### Presse

- La situation de la presse française est relativement stable par rapport à la précédente enquête GMMP, avec une presse quotidienne dans une situation générale médiocre, (mais qui s'accompagne pour certains titres d'un développement actif de leurs sites web et services numériques) et une grande diversité de situation pour les autres formats.
- La situation d'ensemble est assez difficile, la presse française manque de capitaux propres et sa rentabilité est limitée.
- La presse nationale quotidienne voit ses tirages stagner. Il y a six généralistes (*Le Monde, Le Figaro, Libération, La Croix, Aujourd'hui en France, L'Humanité*), plus deux quotidiens plus spécialisés, l'un consacré aux sports (*L'Équipe*) et l'autre à la vie économique (*Les échos*), qui ont tous ensemble une diffusion moyenne totale de 1,6 millions d'exemplaires par jour (soit une baisse de 9 % par rapport à 2015 - Chiffres 2019 APCM-OJD).
- La presse quotidienne régionale voit également ses audiences baisser mais conserve une diffusion plus importante aux alentours de 3,7 millions d'exemplaires quotidiens.
- Enfin, la presse quotidienne gratuite connaît elle aussi une baisse mais plus faible (environ 2,3 %) avec moins de deux millions d'exemplaires distribués chaque jour.

#### Radio

- On compte environ 900 opérateurs pour près de 1500 radios en France : 221 dans les territoires et départements d'outre-mer (dont 6 publiques) et 1230 en métropole (dont 9 publiques). S'y ajoutent des web radios et des pureplayers de podcast dont la diffusion est croissante.
- Le service public occupe une place importante avec sept chaînes nationales, généralistes ou spécialisées, et une quarantaine de chaînes régionales.
- La radio continue à occuper une place significative dans la consommation des médias. Les auditeurs l'écoutent en moyenne deux heures trois quarts par jour.



## Télévision

- La TNT (télévision numérique terrestre, lancée en 2005) permet l'accès à une soixantaine de chaînes gratuites et des chaînes avec abonnement. Si l'audience des grandes chaînes hertziennes (côté privé TF1 et M6, côté public France2 et France3) tend à s'éroder lentement, elle continue toutefois de rassembler une majorité des téléspectateur.rices (environ les deux tiers de la part d'audience de toutes les télévisions).
- La télévision, malgré le poids croissant des contenus en ligne, reste le média qui touche la plus large audience. Les téléspectateurs y consacrent environ trois heures et demi par jour, presque essentiellement devant un téléviseur. La baisse d'audience due à internet se limite encore à quelques minutes par jour.
- La télévision reste perçue comme un média fédérateur : en témoigne la nette augmentation de la moyenne d'écoute quotidienne durant les périodes de confinement (augmentation d'un tiers du temps moyen d'écoute quotidienne en mars 2020), les JT d'information battant alors des records d'audience.

## Internet :

- Parmi les vingt sites les plus visités en France, sept au moins sont des entreprises de média. Certains ont une rédaction en ligne distincte de leur rédaction papier, d'autres ont la même équipe rédactionnelle pour le papier et le web. La consommation des médias quotidiens au format papier se fait majoritairement par leur interface Web.
- Des pureplayers ont trouvé une audience, soit par leurs enquêtes (Médiapart), soit par leurs contenus gratuits (Huffpost, Slate...). Certains pureplayers se sont adossés à une entreprise de média (Rue89 avec l'Obs). D'autres appartiennent à un groupe international (HuffPost, Slate). Ces médias peinent à trouver un équilibre financier.

## Twitter

- Twitter aurait près de 17 millions d'utilisateurs mensuels en France et un peu plus de 4 millions d'utilisateurs par jour (chiffres Médiamétrie, 2019).
- On constate un partage croissant de photos & vidéos en France comme dans le monde (67 % du nombre de vidéos vues sur Twitter chaque jour dans le monde (2milliards/jour en 2020).
- En France, il semble y avoir une augmentation de la fréquentation de Twitter entre 2019 et 2020 (étude Harris Interactive); le taux d'utilisation des plus de 15 ans serait passé de 20 % à 24 %, notamment du fait du confinement.
- Selon cette même étude, il y aurait 40 % d'utilisatrices pour 60 % d'utilisateurs.

# Médias monitorés

## Télévision

Nous avons analysé 10 chaînes.

Les huit chaînes prévues dans le cadre du GMMP :

- **TF1** : Principale chaîne de télévision française en termes d'audience (6 à 7 millions de téléspectateur.rices pour le 20h). Secteur privé. Couverture nationale.
- **France 2** : Principale chaîne d'information du secteur public (5 à 6 millions de téléspectateur.rices pour le 20h). Couverture nationale.
- **France 3** : Chaîne publique à vocation régionale (une partie des programmes est nationale et le reste régional). **France 3 national et France 3 Occitanie** : Le journal de la chaîne locale publique. L'audience du 19/20 ici analysée est d'environ 3 millions de téléspectateur.rices.
- **Arte** : la chaîne culturelle publique franco-allemande, à forte légitimité intellectuelle (audience de la séquence d'information du soir : 500 000 à 600 000 téléspectateur.rices)
- **M6** : Chaîne privée à vocation familiale (nombreux programmes en direction des jeunes) Le JT de M6 ici analysé réunit environ 3,5 millions de téléspectateurs.rices.
- **BMFTV** : 1ère chaîne privée d'informations en continu, présente sur la TNT.
- **Vià Occitanie** : Chaîne locale privée. Vià est un réseau de chaînes locales françaises créé en 2017 et diffusant pour partie des programmes communs et pour partie des programmes propres à chaque chaîne locale.

Deux chaînes du "Portail des Outre-mer" de la chaîne publique France Télévision, ont été incluses dans le corpus 2020 :

- **Martinique la Première** : chaîne publique locale (FranceTV) diffusée en Martinique
- **Polynésie la Première** : chaîne publique locale (FranceTV) diffusée en Polynésie française

## Radio

Les quatre principales radios nationales généralistes :

- **Europe 1** : radio privée généraliste, en perte de vitesse mais encore significative pour l'information
- **RMC** : radio privée, public plus populaire, avec une audience en développement
- **RTL** : radio privée, la plus forte audience des radios privées
- **France Inter** : radio publique nationale (actuellement en tête / audience cumulée)

Trois radios nationales spécialisées :

- **FranceCulture** : Radio publique à vocation culturelle à forte légitimité intellectuelle

- **FranceInfo** : Radio publique d'information continue
- **BFM Business** : Radio privée d'informations générales et économiques, plutôt destinée aux cadres et aux entrepreneurs

Deux radios régionales :

- **France Bleu Azur** : Radio publique régionale pour la Provence-Alpes-Côte d'Azur
- **Hitwest** : Radio régionale privée de Bretagne et des Pays de Loire

Une radio musicale

- **NRJ** : Réseau national de radio musicale qui comprend un flash météo/info de 3 minutes environ en décrochage local

## Presse

Nous avons pris les six quotidiens nationaux d'information générale payants

- **Le Monde** : Premier journal (papier) en termes d'audience Historiquement classé au centre-gauche.
- **Aujourd'hui en France** : plutôt populaire, avec une édition régionale (*Le Parisien*). Deuxième en termes d'audience
- **Le Figaro** : Troisième en termes d'audience. Historiquement classé à droite
- **Libération** : Historiquement classé à gauche
- **La Croix** : Détenu par un groupe de presse catholique
- **L'Humanité** : Historiquement communiste. Audience déclinante

Un quotidien économique

- **Les Échos** : Forte composante économique et financière

Trois quotidiens régionaux à forte audience dans leur région :

- **Ouest France** : Siège à Rennes, couvre les régions ouest. Plus forte diffusion payée des journaux français
- **Le Progrès** : Siège à Lyon, couvre les régions limitrophes du Rhône
- **Le Dauphiné libéré** : Siège à Grenoble, couvre les régions limitrophes de l'Isère

## Internet

Quatre sites d'information en ligne pure player

- **Mediapart** : site payant à forte reconnaissance professionnelle due à ses enquêtes
- **Slate** : site gratuit, version française du pure player américain
- **HuffPost** : site gratuit, version française du pure player américain, en partenariat avec le journal quotidien Le Monde
- **Actu.fr** : site qui fédère près de 80 magazines régionaux

Les sites des trois principaux hebdomadaires nationaux

- **nouvelobs.com** : classé à gauche ou centre-gauche, propriété du journal Le Monde
- **lexpress.fr** : historiquement de gauche, désormais libéral et sans positionnement revendiqué
- **Lepoint.fr** : classé à droite, premier news magazine en termes d'audience

Le site d'un quotidien gratuit

- **20minutes** : plus forte audience des sites des journaux généralistes gratuits

Un site à vocation internationale

- **France24** : site de la chaîne française d'informations internationales (qui émet en français, en arabe et en anglais), filiale à 100 % d'un organisme public

## Twitter

Six sites de journaux

- **@20minutes** : quotidien gratuit.
- **@Figaro** : quotidien national.
- **@lemonde** : quotidien national.
- **@libe** : quotidien national.
- **@lobs** : hebdomadaire national
- **@Valeurs** : hebdomadaire national

Des sites de Pure Player

- **@atlantico** : site d'informations en ligne.
- **@HuffPost** : site d'informations en ligne.
- **@mediapart** : site d'informations en ligne

Des sites de télévision ou de radio

- **@BFMtv** : télévision d'informations en continu
- **@Europe1** : radio privée nationale généraliste
- **@Franceinfo** : radio publique d'information continue
- **@LCPan** : télévision publique consacrée aux activités du parlement.
- **@Cnews** : télévision privée d'information continue

# Quelques exemples de traitement qualitatif des nouvelles

L'ensemble des fiches qualitatives réalisées pour cette enquête du GMMP figure à la fin du rapport, en annexe 4. On trouvera ici quelques cas représentatifs.

## 1- Stéréotype flagrant

**Source :** Presse *Libération*

**Titre :** Technologie, économie et politique : le trio gagnant pour exclure les femmes

L'article étudié est publié dans un journal *Libération*, avec une ligne éditoriale de gauche, ouvert aux questions de genre et au féminisme (une newsletter L. sur les questions de genre, féminisme et sexualités rédigée par la rédaction a d'ailleurs été créée en 2019). Les articles étudiés quantitativement font en général un effort de féminisation de la langue sans toutefois que l'on ait pu déceler une politique unifiée de la rédaction.

Et pourtant, le dossier principal du jour est presque caricatural en matière de reproduction des stéréotypes de genre. Il consacre à l'arrivée de la 5G en France sous l'angle du rapport de la gauche au progrès technique. Il fait l'objet de quasiment toute la « Une » avec un montage de Jaurès tenant un téléphone portable sur fond rouge et de 5 pages entières dans le journal. Le premier article « Le progrès, casse-tête de la gauche » couvre plus de deux pages entières (p. 2-4) illustrées par deux grandes photographies. Il est rédigé par deux femmes journalistes. Rappelant les accusations de conservatisme technologique concernant la 5G faites à la gauche par le président Emmanuel Macron, l'article analyse les rapports historiques et actuels de la gauche à l'innovation technologique. A la croisée de l'économie, de la technique et de la politique, trois domaines particulièrement construits sociologiquement comme masculins, l'article exclut totalement les femmes de l'analyse. Constitué presque exclusivement à partir de discours de personnalités du monde politique et d'experts, treize personnes citées directement, il ne donne la parole à aucune femme. Pire, la seule femme évoquée, une femme politique écologiste, l'est péjorativement dans la bouche d'un camarade de son parti « Il a beau répéter que les écolos sont pour la vaccination, les propos polémiques de sa collègue EE-LV Michèle Rivasi leur collent à la peau » (p. 4.).

Cette exclusion des femmes (aucune femme politique ou experte interrogées) est d'autant plus étonnante que les photographies qui illustrent l'article prises lors d'une manifestation contre la 5G à Lyon et d'une marche pour le climat à Tours, toutes deux le 19 septembre 2020, montrent des femmes au premier plan dans les deux cas. Cela démontre, s'il était nécessaire, l'implication des femmes sur les questions écologiques. Outre les manifestantes, les militantes des partis ou des associations, la ministre de l'écologie au moment où est rédigé l'article est une femme de gauche : Barbara Pompili. De tout cela rien ne transparaît dans l'écriture : la question des rapports entre gauche et technologie est discutée entre hommes.

Comment expliquer un tel constat dans un journal pourtant réputé ouvert aux questions de genre et de féminisme ? Dans un article écrit par deux femmes ? Il semblerait que le genre journalistique de l'article d'analyse fondé sur la multiplication des experts et des commentateurs favorise particulièrement la reproduction inconsciente des inégalités dans les champs convoqués. En politique, sur les questions technologiques et en histoire de la gauche, les hommes dominent. Les femmes ont-elles été recherchées ? Ont-elles décliné ? En tout cas, sans effort conscient pour rééquilibrer la place des expertes, il est tentant de se tourner vers les hommes qui détiennent l'autorité dans leur domaine. Or dans un cercle vicieux, cette autorité est justement renforcée par la médiatisation récurrente dont ils bénéficient.

Bibia Pavard

## 2- Stéréotype subtil

**Source :** Radio - France Culture

**Titre :** La guerre dans le Haut-Karabagh

Genre journalistique : Billet du correspondant de Radio France à Moscou Claude Bruillot

**Texte :** Billet géopolitique sur la situation du Haut-Karabagh et focus sur la politique interne en Azerbaïdjan et sur le président actuel Ilham Aliyev.

Le journaliste Claude Bruillot dit à la toute fin de son billet : “Ilham Aliyev, un président azéris qui serait donc tellement peu sûr de son pouvoir qu’il a nommé à ses côtés son épouse comme vice- présidente”.

**Analyse :** Le journaliste, un homme blanc, ne donne pas le nom de la vice-présidente de l’Azerbaïdjan, mais il utilise sa position dans la famille (elle est “épouse de”) pour la qualifier. Par ailleurs, le journaliste insinue que cette femme, Mehriban Aliyeva, aurait obtenu son poste de vice-présidente uniquement parce qu’elle est l’épouse du président et parce que le président azéris n’avait pas d’autres choix. Cette femme apparaît comme la solution de dernier secours, la dernière carte à jouer pour cet homme politique. Les potentielles compétences et les raisons objectives qui ont pu conduire Mehriban Aliyeva à obtenir ce poste sont invisibilisées (rappelons qu’elle est issue d’une famille influente, docteure en médecine – ophtalmologue-, et engagée en politique : elle a soutenu la campagne de son époux et est élue au Parlement- . Par ailleurs, le terme “tellement peu sûr de son pouvoir” renvoie à l’idée que la femme serait un moyen de se rassurer, de se donner confiance ce qui renvoie au stéréotype de la femme maternante. Pour conclure, Mehriban Aliyeva est représentée dans les rôles stéréotypés d’épouse, de femme qui rassure et de femme incompétente qui est au pouvoir uniquement parce qu’elle est l’épouse d’un homme puissant.

**Source :** TV Reportage JT France 2 (20H)

**Titre :** Mesures de soutien pour les EHPAD

**Analyse :** Le reportage, réalisé par deux femmes, porte sur la situation dans les EHPAD en France et sur les mesures prises par le gouvernement afin de soutenir ces structures (1,4 milliards d’euros prévus) pendant la pandémie de COVID-19. Pour cela, il s’intéresse de près au quotidien d’un EHPAD situé à Caen et se focalise sur les conditions d’emploi au sein de ces établissements, pour lesquels le recrutement de nouveaux.lles salarié.es ainsi que le maintien du personnel existant sont devenus de plus en plus problématiques.

Le contexte pandémique ayant fait émerger, dès le mois de mars 2020, la division genrée du travail d’assistance aux personnes âgées, il aurait été souhaitable que le reportage souligne davantage le fait que des femmes assurent prioritairement ce type de soins. Or, il n’en est rien. Initialement centré autour de la figure du directeur de la structure, qui déplore le manque de personnel, le reportage présente ensuite quatre femmes travaillant dans la résidence, sans jamais expliciter les enjeux liés à la dimension éminemment « féminine » de ce métier. La propension faussement naturelle et, en réalité, socialement construite des femmes à exercer des professions liées au *care* n’est pas remise en question ; au contraire, elle semble implicitement confirmée par le reportage. En effet, ce dernier évoque, entre autres, le cas d’une infirmière retraitée de 70 ans qui intervient *bénévolement* dans la structure (afin de remplacer une collègue) et celui d’une autre femme présentée par la voix off comme une « aide-soignante par vocation ». La dimension professionnelle des tâches accomplies par les salariées semble évacuée au profit d’une vision « sacrificielle » du métier, appuyée non seulement par l’expression « par vocation », mais aussi par les mots d’une infirmière disant qu’il s’agit d’« un métier très dur, qui use physiquement et psychologiquement ». De manière équivalente, la non-attractivité du travail en EHPAD, notamment pour les jeunes, n’est jamais problématisée ni appréhendée à travers la focale du genre.

Dès le mois de mars 2020, on a observé une invisibilisation médiatique des femmes exerçant des métiers liés aux soins ; ainsi, il est regrettable que ce reportage – réalisé en septembre – ait évacué la dimension

générée de ce travail et, par conséquent, toutes les problématiques qui en découlent (rémunération, accès, formation, etc.).

Giuseppina Sapio & Ludovica Tua

### 3- Occasion manquée

**Source : Internet – *Le Point***

**Photo :** Une photo d'un smartphone avec le logo de l'application Twitter en plein écran

**Légende de la photo :** L'ancien rédacteur en chef des "Inrocks" fait partie des journalistes qui ont été pointés du doigt dans l'affaire de la Ligue du Lol, l'année passée

**Analyse :** Cet article propose une interview dans le cadre de la sortie d'un livre écrit par David Doucet, ancien rédacteur en chef des Inrocks et licencié dans le cadre de l'affaire dite de La Ligue du Lol. Cet article reprend les extraits de son interview accordée à l'Express, sans mettre en perspective ses dires. Cet article est signé par "LePoint.fr" et ne précise par le genre de l'auteur.e. On peut regretter dans cet article que la journaliste ne prenne pas de distance par rapport à l'expérience de David Doucet et à sa définition de la "cancel culture". Il n'y a en effet aucun témoignage des personnes cyberharcélées durant cette période, et en particulier des femmes et des minorités. L'article reprend l'analogie que David Doucet fait de sa propre expérience avec la *cancel culture* avec celles d'autres victimes comme la chanteuse Mennel, rattrapée par des anciens tweets puis évincée du programme tv The Voice.

L'article se conclut par une mise en équivalence de l'expérience de David Doucet qu'il inscrit dans le sillage des mobilisations contre les violences faites aux femmes (#Meetoo). Il insiste sur la nécessité de montrer aux victimes de la cancel culture qu'elles ne sont pas seules. Cette mise en équivalence des expériences n'est pas interrogée par la rédaction du Point. Face à ce témoignage, *le Point* n'a pas proposé d'interview ou de droit de réponse ni aux Inrocks, ni aux victimes citées par David Doucet (Mennel, Julie Graziani, ou Philippe Caubère) ou ne prend le temps de préciser l'évolution de ces trois personnages dans leurs vies actuelles suite à leurs déboires médiatiques.

Cet article aurait pu être l'occasion pour le journal de confronter les paroles, les témoignages mais également d'interviewer des expert.es des mécanismes de viralité sur les réseaux sociaux et plus particulièrement Twitter, ou de relayer les nombreuses études sur la violence que subissent les femmes et les minorités sur ces réseaux sociaux. Enfin, cet article aurait pu servir de point de départ sur une analyse de la responsabilité et le poids des médias dans l'emballement médiatique de cette affaire, qui est brièvement évoqué en amont de l'article sans être développé davantage par la suite. On assiste donc à un monologue de la part de David Doucet, dont les dires sont cités sans aucun angle critique.

### 4-Référence au genre

**Source : Presse - Les Échos**

**Titre :** Hydrogène vert : une énergie prometteuse

**Photo :** Oui

**Légende de la photo :** Le plein d'un véhicule à hydrogène est aussi rapide qu'avec du carburant classique, ce qui n'est pas le cas de la recharge d'un véhicule électrique à batteries.

**Analyse :** Comme tous les titres « spécialisés », le journal *Les Échos* est assez déstabilisant pour le profane. Les articles sont souvent techniques, très centrés sur l'économie à la fois macro-économie (action de l'état et pouvoir publics sur l'économie, le budget qui occupe une place importante dans le numéro analysé) et micro-économie (entreprise). Peu de faits divers, peu d'informations politiques généralistes dans le numéro

qui nous est proposé à l'analyse. Les sources institutionnelles qui apparaissent dans le journal sont principalement des acteurs politiques de premier plan (ministre, commissaire européen, chef d'entreprise). Beaucoup d'expert.e.s de think tank, de fondations diverses apparaissent aussi ainsi que des représentant.e.s des groupes de pression et lobby.

L'article que nous avons choisi d'analyser n'est pas a priori un article qui permet de mieux comprendre le traitement médiatique des femmes et des hommes, puisqu'il porte sur la filière de l'hydrogène décarbonnée et son développement. L'article est un article extrêmement technique. Écrit par un journaliste homme – 55 ans, bien établi dans la profession<sup>11</sup> –, il préconise le développement de cette nouvelle énergie. L'article est d'ailleurs un article qui prend position en faveur de cette nouvelle énergie et il n'y a pas d'avis d'éventuel adversaire. Que faire d'un article comme celui-ci et pourquoi l'avoir choisi ?

Quatre personnages apparaissent dans cet article. Tous vont avoir la parole pour défendre cette énergie et la parole se répartit à égalité entre les femmes et les hommes. Les deux hommes et les deux femmes partagent d'ailleurs les mêmes rôles : un homme et une femme représentent les « lobbys », soit de l'environnement (ADEME) soit de l'hydrogène (AFHyPac) ; un homme et une femme représentent l'expertise : l'un est ingénieur, l'une est membre d'un laboratoire du CEA. Cette parité est à mon avis assez innovante, surtout sur un sujet comme celui-ci très scientifique et technique qui ont longtemps été le monopole d'expert et de porte-parole masculin. Avoir choisi la parité est à mon avis le signe des effets symboliques du contexte paritaire. Aujourd'hui, dans la mesure du possible, les journalistes semblent attachés à mettre en avant dans leur article des femmes y compris des femmes expertes. On peut faire l'hypothèse qu'il existe désormais une forme de « polyphonie paritaire » qui rend possible cette présence de femmes y compris sur des dossiers techniques comme celui traité dans l'article.

Sandrine Lévêque

**Source :** Twitter @Libe

**Photo :** lycéen·ne·s sur un banc

**Titre :** « Billet Crop-top : imaginerait-on un sondage sur ce qu'est une « tenue correcte » pour les garçons ? »

**Analyse :** En plus d'être pris dans une série d'autres tweets de Libé sur la question, le tweet fonctionne en trois temps. Le contexte : l'ifop passe un sondage demandant à 2000 personnes ce qu'elles pensent des vêtements acceptables pour les adolescentes au lycée. Plusieurs journaux refusent le sondage, *Marianne* le publie. *Libé* fait un tweet qui vise le magazine nommément et interroge le sexisme de ces choix rédactionnels. À partir de cette actualité, *Libé* diffuse d'autres textes connexes, dont le billet qui occupe notre tweet et interroge la pertinence de faire le sondage, avant même de le publier, déployant à ce niveau le principe féministe qui veut que c'est moins les vêtements qui posent problèmes que le regard ou le sondage que l'on porte dessus.

Le tweet indique « Crop-top : imaginerait-on un sondage sur ce qu'est une « tenue correcte » pour les garçons ? » avec l'illustration présentant deux jeunes personnes assises sur un banc en extérieur. Les deux personnes sont cadrées sur leurs mains, leurs bassins et leurs cuisses. La personne de droite est une jeune fille portant blouson et jupe courte en jean. La personne de gauche est plutôt androgyne, et porte veste et short noir. Le choix photographique ne montre pas un garçon et une fille, dans ce cas, il aurait pu accentuer largement le contraste genré entre les deux personnes, en utilisant une image montrant un corps plus stéréotypé de jeune homme, le choisissant avec une musculature plus athlétique, des cuisses poilues, des mains abimées, etc. Mais ce n'est pas le cas, et l'on voit une jeune femme et une personne moins déterminée, que l'on peut autant lire comme un garçon "parce qu'il a un short" ou "parce qu'il est plus corpulent", ou comme une personne androgyne, "parce qu'aucun signe de ce corps ne permet de statuer".

L'extrait du chapeau lisible sous l'image évoque les mobilisations des lycéenNES et des collégienNES,

---

<sup>11</sup> <https://www.club-presse-bordeaux.fr/frank-niedercorn-journaliste-sinon-rien/>



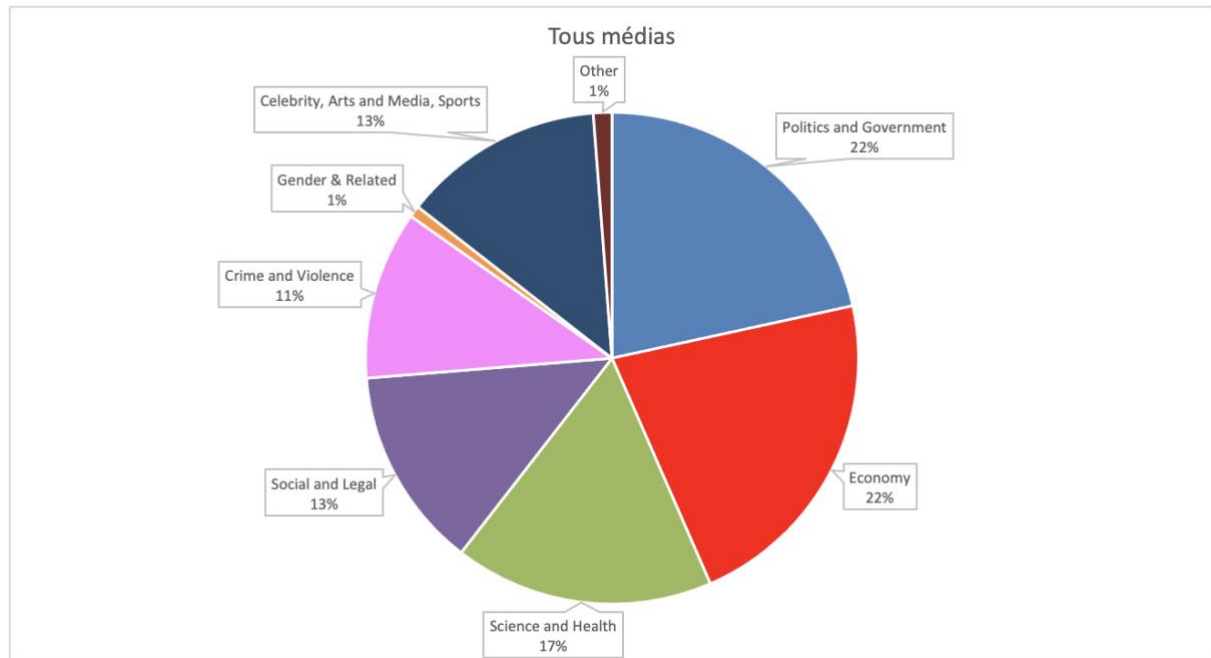
marquant bien le caractère féminin du mouvement.

L'article lié au tweet fait un déroulé d'arguments féministes sur l'égalité de traitement des h et des f, sur la question du regard porté sur les corps, etc. Chose intéressante, l'image d'illustration, qui est celle du tweet, est cadrée plus large, et montre, à gauche, un corps plus masculin, mais plus enfantin aussi, corps en pleine pose de manspreading sur le banc, masculinité par le geste, bien entendu.

L'intérêt de cette image, dans ses deux formats d'ailleurs, c'est qu'elle ne rejoue pas forcément les stéréotypes de la distinction des corps féminins et masculins, en illustrant un problème de différence plutôt importante de traitement des sexes | genres, par une expérience visuelle reposant sur la variation possible des critères d'interprétation de la masculinité du corps de gauche.

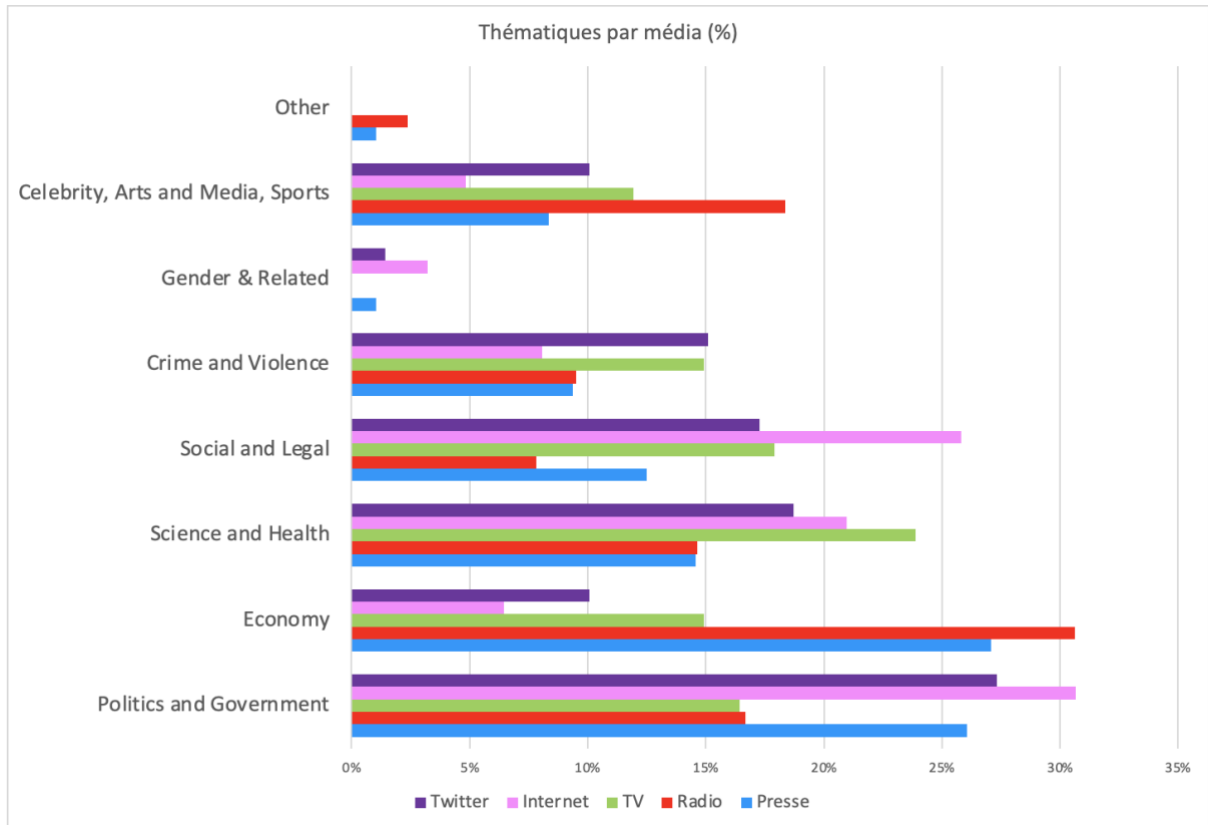
# Thèmes des nouvelles : politique et économie en pole position

Tous médias confondus, on note pour cette journée du 29 septembre 2021 la forte présence des thématiques “politique” et “économique” qui, à elles deux, représentent presque la moitié des nouvelles.



La répartition des thèmes des informations varie beaucoup selon les médias ; la télévision offre le choix le mieux distribué avec cinq thématiques qui occupent au moins 15 % des nouvelles. Alors que les autres médias ont davantage insisté sur un plus petit nombre de thématiques ; l'économie pour la radio, la politique et l'économie pour la presse, le social-santé et la politique pour internet et la politique pour Twitter.

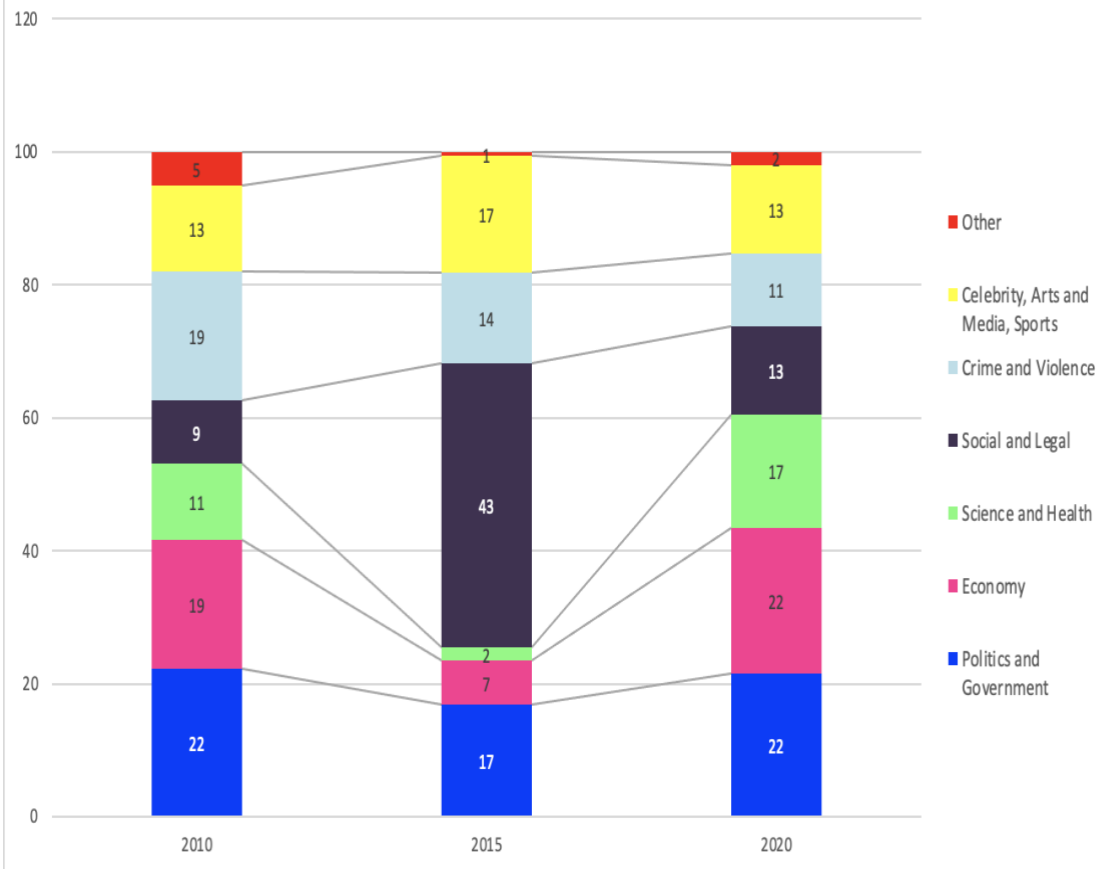
En revanche les médias sont très égaux dans leur peu d'intérêt pour la question du genre : au total sur les 658 nouvelles analysées, toutes thématiques confondues, moins d'1 % traite de ce thème (faible ratio qui retrouve les résultats de bien d'autres études).



Comment cette répartition a-t-elle évolué au cours du temps ? La répartition des thématiques entre 2010 et 2020 est bien sûr fortement dépendante de l'actualité du jour choisi. On constate toutefois que les thèmes abordés se répartissent à peu près de la même manière en 2010 et 2020, 2015 étant plus atypique du fait de la place centrale jouée par un accident d'avion. **En 2020, comme en 2010, l'économie et le politique représentent plus de 40 % des nouvelles.**

Le thème "Sciences et santé" occupe, de manière attendue comme tenue de la pandémie, plus de place en 2020 : 17 % contre 2 en 2015 et 11 en 2010.

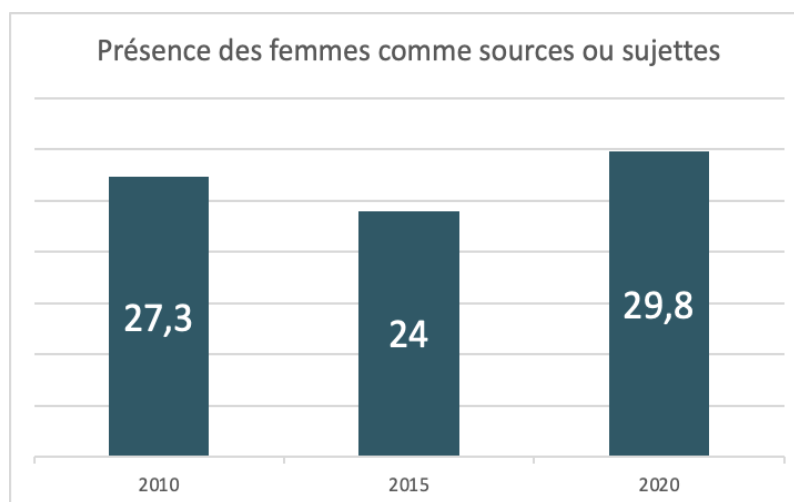
### Evolution des thématiques des nouvelles



# Sujets et sources des nouvelles

## Des femmes globalement minoritaires, dans la quasi-totalité des thèmes abordés

1725 personnes ont été identifiées ce jour-là comme sources des nouvelles : **moins de trente pour cent des personnes représentées dans les médias sont des femmes.**



En comparant les résultats des enquêtes GMMP antérieures<sup>12</sup>, on constate que la place des femmes, comme sources ou sujettes de nouvelles, dépasse désormais l'étiage de 2010, approchant de près les 30 %.

## Une répartition thématique largement déséquilibrée

La répartition des thématiques traitées avec des femmes sources montre que

- le thème « social et droit » a un pourcentage relativement élevé de femmes sources (40 %), ce qui semble être une tendance générale (l'année 2015 étant plutôt atypique) ;
- « Crimes et violences » présente un ratio proche avec 37 % de femmes ; on gage que la figure de la femme victime y est dominante.
- L'économie, très présente ce jour-là, reste une affaire d'hommes dans huit cas sur dix.

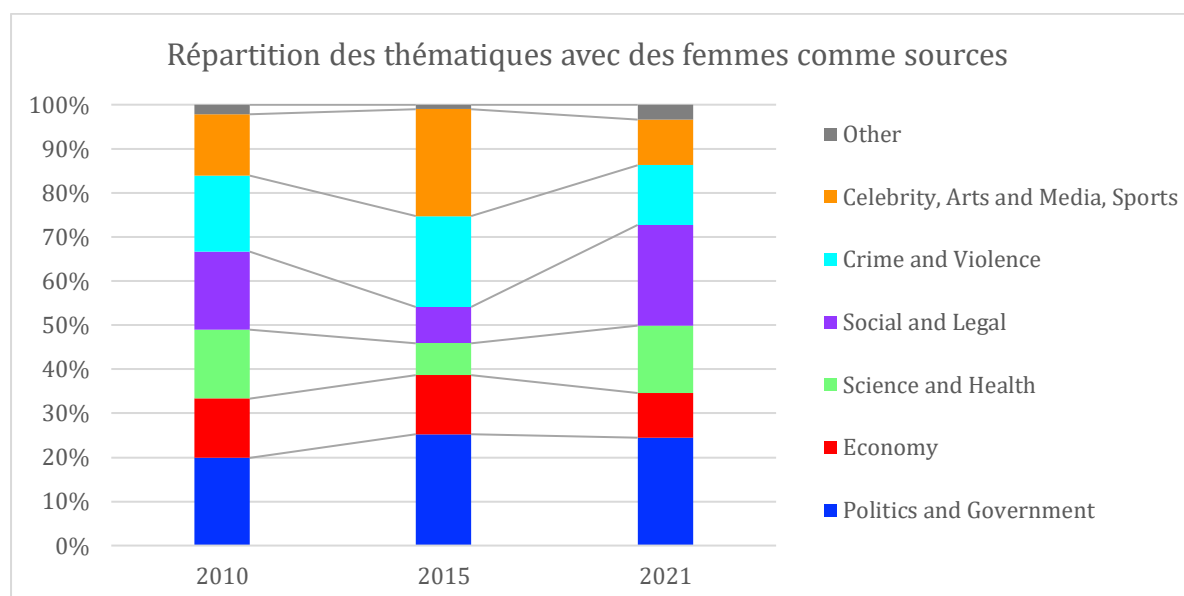
---

<sup>12</sup> en 2010 sans internet ni twitter

Femmes sources en %	2010	2015	2020
Politics and Government	21	23	24
Economy	21	23	20
Science and Health	35	42	37
Social and Legal	50	26	40
Crime and Violence	24	27	38
Celebrity, Arts and Media, Sports	32	30	24
Other	40	18	67

Ce tableau doit cependant être pondéré par la place occupée par la thématique dans l'ensemble des nouvelles traitées<sup>13</sup>.

Le schéma suivant montre la répartition thématique de toutes les femmes sources dans les trois enquêtes<sup>14</sup> ; on voit que les femmes sources se répartissent en 2020 à peu près comme en 2010 : leur sous-représentation est faiblement dépendante du thème.



La surreprésentation des hommes est plus forte dans les médias traditionnels. En 2020, les médias électroniques accordent plus de places aux femmes (28 % pour les médias traditionnels contre 36 % pour Twitter et Internet).

- Sur Internet et Twitter, c'est le thème « société et santé » qui présente le ratio le plus équilibré avec 52 % de femmes.
- L'écart était à peu près le même en 2015 (23 % pour les premiers et 30 % pour les

<sup>13</sup> Ainsi « autres nouvelles » occupe 1 % des informations, ce qui enlève toute interprétation optimiste au chiffre de 67 % ! En outre, en 2010, la catégorie Genre n'existait pas et vu son faible poids, nous l'avons mise dans « Autres » pour 2015 et 2020.

<sup>14</sup> Par exemple, un quart des femmes sources interviennent à propos de politique en 2020 (contre 20 % en 2010 et 15 % en 2015). Ce qui est très proche de la place du thème dans l'ensemble des nouvelles (22 %).

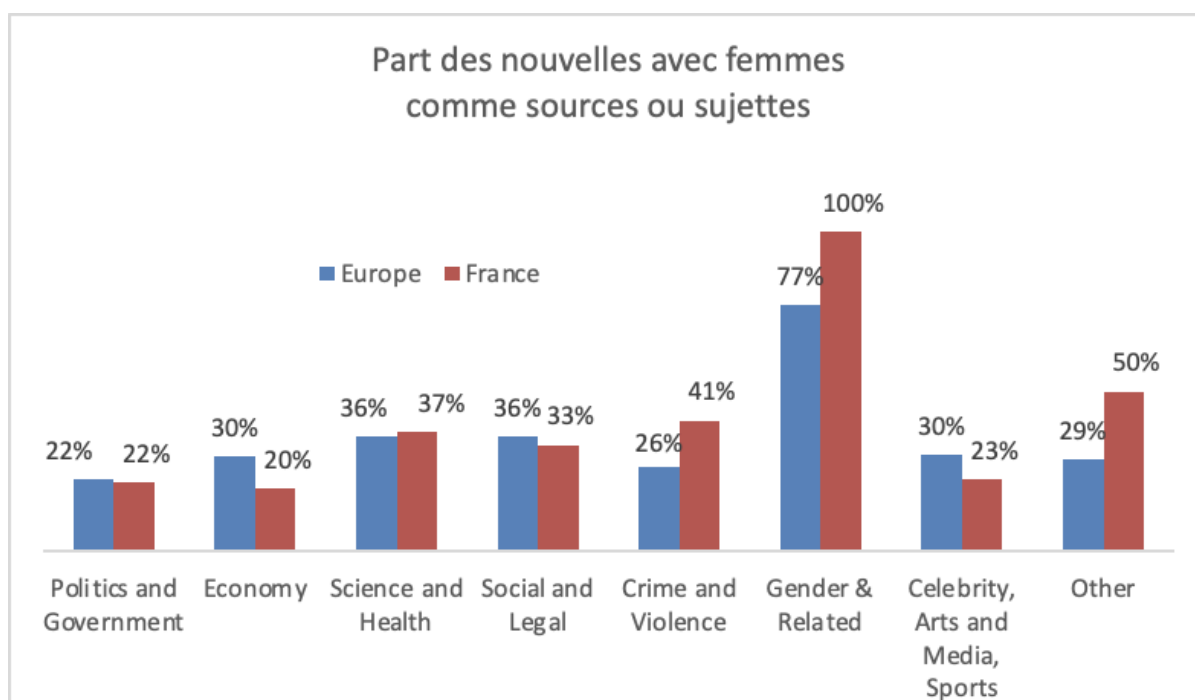
seconds) ; les nouveaux médias ne progressent donc pas plus vite que les anciens pour donner aux femmes une place plus équilibrée.

- La place occupée par les femmes dans les médias électroniques s'explique pour deux raisons majeures : l'économie, thématique fortement masculinisée, y est peu traitée et les thématiques liées au social et au droit y ont été davantage confiées à des femmes.
- Mais quand il s'agit du politique et de l'économie, les deux principales thématiques abordées par tous les médias, traditionnels comme numériques, huit hommes parlent toujours pour deux femmes !

## En Europe comme en France : les hommes d'abord

La place des femmes dans les nouvelles est à peu près conforme à la moyenne européenne : 30,2 % de femmes en moyenne en Europe contre 29,8 en France.

On note quelques différences dans la répartition thématique. En matière politique, la France est représentative de l'Europe puisqu'elle y est couverte par huit hommes pour deux femmes ; l'économie en revanche est plus féminine en Europe qu'en France, à l'inverse des questions liées aux violences et aux crimes.



La France a aussi pour spécificité une différence légère de la proportion de femmes dans les médias électroniques (6 % de plus que dans les médias traditionnels) alors qu'en Europe le chiffre est quasi identique (30,3 % dans les médias traditionnels, contre 30,1 % dans les nouveaux médias).

Les questions de genre sont massivement (et exclusivement pour la France) couvertes avec des femmes comme sources ou comme sujettes, mais le nombre extrêmement faible des nouvelles sur le sujet (moins de 1 %) enlève tout significativité à ce chiffre.

## Quelles sources d'information sont les femmes ?

### Une représentation professionnelle dé-corrélée de l'organisation effective des métiers

Le genre reste une variable déterminante dans le choix des personnes représentées dans les médias.

Les médias ne sollicitent majoritairement des femmes que :

- lorsqu'il s'agit de donner la parole à des professionnels de la santé de niveau intermédiaire<sup>15</sup> (67 %), soit des métiers très fortement féminisés (les médecines, elles, ne « pèsent » que 31 %) ;
- quand s'expriment des représentants de positions subalternes, peu qualifiées, non expertes : enfants et jeunes sans occupation (81 %), élèves et étudiants (63 %).

Le partage est égal

- pour les ouvrières ou employées,
- pour les parents (lorsque n'est pas mentionnée leur activité) : pour eux, les médias cherchent la parité !

Il se rapproche de la moyenne pour les professions juridiques, mais reste très en deçà de la place des femmes dans ces professions<sup>16</sup>.

Il est très inégal pour

- les 17 % de femmes politiques malgré une législation établissant des quotas d'élus
- les 18 % de sportives
- les 19 % de cheffes d'entreprise
- les journalistes (22 %), les expertes et enseignantes (23 %)
- mais aussi les retraitées (25 %), les fonctionnaires (26 %)...

Ces données évoluent faiblement par rapport à 2015 : les activités et métiers qui permettent aux femmes d'accéder aux médias sont les mêmes qu'en 2015. La seule variation importante concerne les jeunes sans emploi, femmes à 81 % en 2020 contre 30 % en 2015 (mais avec des effectifs faibles).

Les petites variations constatées sont donc en dessous du seuil de significativité. Ou alors il s'agit de progrès discontinus : ainsi on pourrait se réjouir que 30 % de femmes médecines soient sources par rapport au 0 % de 2015, mais ce ratio de 30% est identique à celui de 2010 ; mais on sera surpris de voir que la fonction publique, elle, se masculinise ... dans les seuls médias bien sûr.

	2010	2015	2020
Politician / member of parliament, ...	20	22	17
Sportsperson, athlete, player, coach, referee	4	32	18
Business person, exec, manager, stock broker...	12	15	19

<sup>15</sup> Soit celles qui ne sont pas médecines.

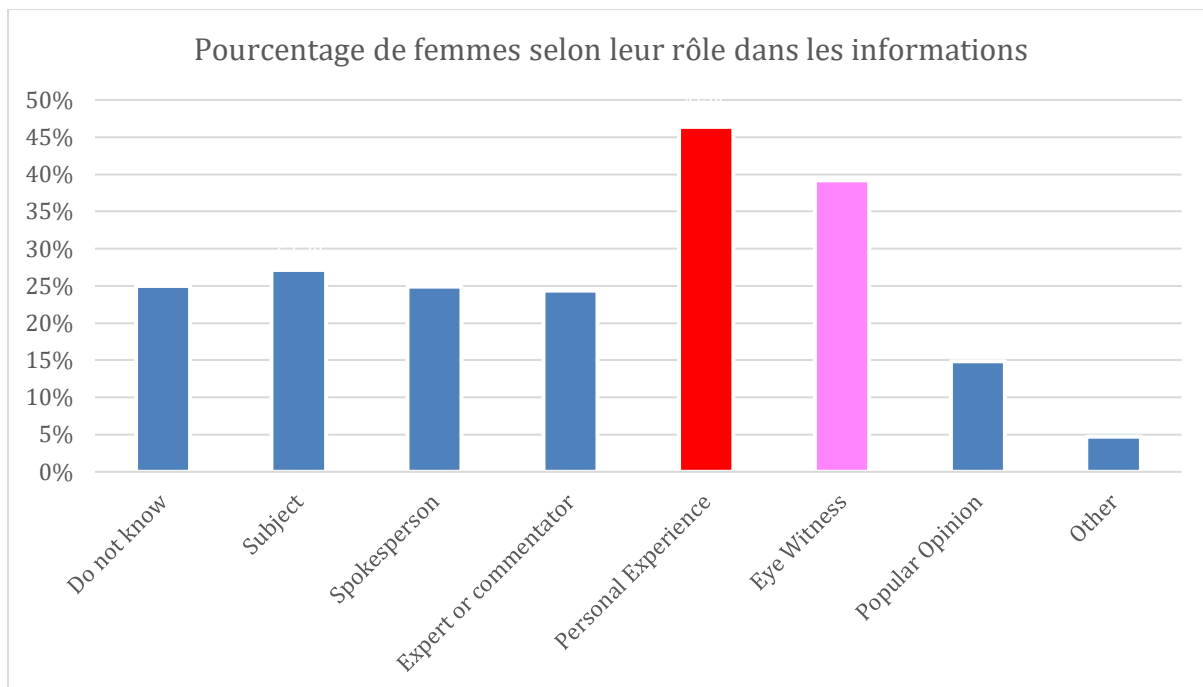
<sup>16</sup> 56 % du barreau tenu par les femmes en 2018 ; 66 % de la magistrature, 48 % de la médecine générale...



Celebrity, artist, actor, writer, singer, TV personality	21	28	34
Government employee, public servant, spokesperson, etc.	41	33	26
Media professional, journalist, film-maker, etc.	33	22	22
Student, pupil, schoolchild	61	77	63
Academic expert, lecturer, teacher	37	20	24

Bref, les femmes font des études mais s’effacent quand elles deviennent professionnelles ; les hommes font du sport, de la politique et des affaires ! **Les médias restent ainsi un miroir déformant de l’organisation professionnelle de la société.**

### Une parole d’autorité toujours difficile d’accès pour les femmes



Pour le rôle imparti à la source d’information, même inégalité persistante : sans surprise, c’est d’abord pour leur “expérience personnelle” (46 %) et comme témoin (39 %) que les femmes sont sollicitées dans des reportages. Elles ne sont que 24 % à être expertes et 25 % porte-paroles.

Ces ratios d’expertes ou de porte-paroles sont certes en hausse par rapport aux précédentes éditions du GMMP mais ils restent bien loin de la parité puisque les femmes représentent au mieux un quart de la population concernée<sup>17</sup>.

<sup>17</sup> La baisse brutale de la proportion de femmes sollicitées pour porter l’opinion publique est peu significative compte tenu du faible nombre de cas (2 %).



Au-delà de ces fluctuations, entre les trois derniers exercices du GMMP, **on constate que les femmes continuent à n'être au mieux qu'une fois sur quatre sollicitées en tant qu'expert.es ou porte-paroles**, alors même que la place dominante des thématiques de santé aurait pu, aurait dû, faire d'elles les sujets de nombreuses nouvelles.

Les médias numériques sont-ils davantage ouverts aux femmes ? L'impact s'avère limité. La différence la plus notable porte sur les porte-paroles qui sont à 43 % des femmes dans les médias numériques, contre 25 % dans les médias traditionnels ; inversement, les témouïnes sont moins nombreuses dans les premiers que dans les seconds (31 % contre 39). En dehors de ces rôles, tous les médias ont la même répartition inégale : dans tous, un quart des experts seulement sont des expertes.

Les femmes ont-elles un statut particulier de victime ? Les sujets identifiés comme des victimes sont peu nombreux (38 femmes et 26 hommes) ; les chiffres sont donc peu interprétables, sinon à dire qu'il n'y a pas eu ce jour-là dans les médias de victime de violence domestique, mais qu'ont été évoquées 13 femmes et 1 homme victime de crimes ou vol, et 6 femmes et aucun homme victime de violences sexuelles non domestiques. Si l'information du jour fait peu état de victimes, les femmes restent néanmoins plus nombreuses que les hommes dans cette catégorie peu enviable (deux fois plus de femmes victimes en pourcentage de leur présence). On pense en particulier au cas de Victorine, jeune-femme retrouvée noyée alors qu'elle rentrait chez elle à pied et de nuit après avoir manqué son bus.

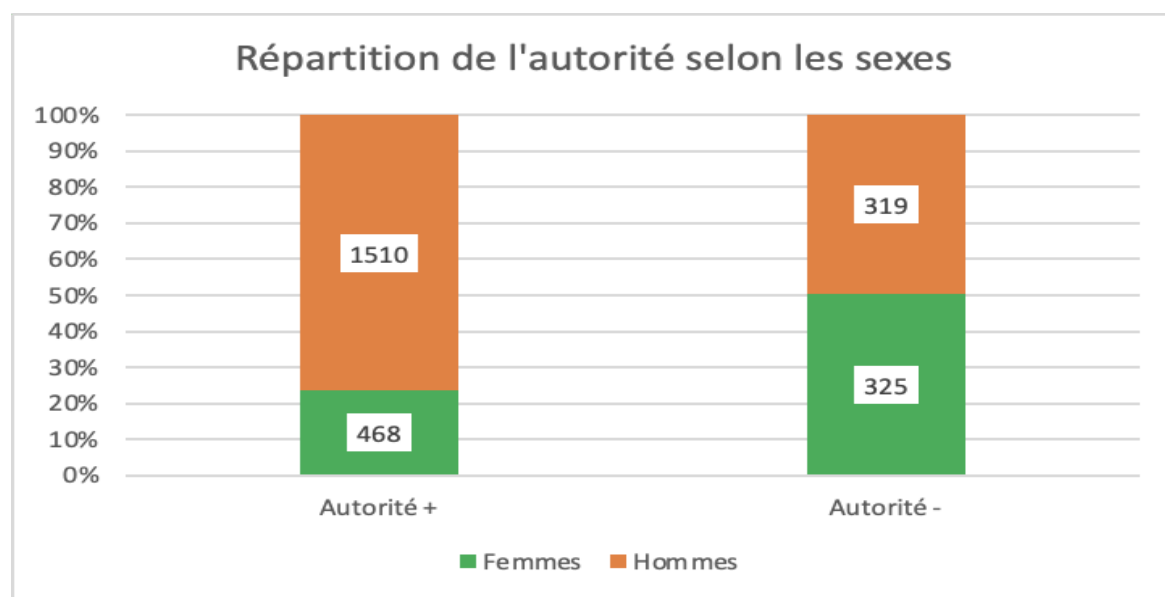
Les femmes sont-elles davantage désignées par leurs liens familiaux ? Si la grande majorité des personnes n'est pas caractérisée par des liens de famille, 13 % des femmes et seulement 3 % des hommes le sont, un écart de 10 points qui continue de signifier l'hétéronomie des femmes au regard de leurs homologues masculins. L'écart se creuse même par rapport à 2015 : le statut familial était indiqué pour 6 % des hommes. Là encore, pas de différence entre les médias traditionnels et électroniques, le statut familial des sources, pour rarement indiqué qu'il soit, est sur Twitter et sur

le web comme dans les autres médias, trois fois plus souvent signalé lorsqu'il s'agit d'une femme (16 % contre 5 %).

Les interventions des femmes sont-elles davantage accompagnées de photographie ? 27 % des femmes sujets de nouvelles et seulement 18 % des hommes sujets de nouvelles sont accompagnés d'une photo, un écart de 9 points qui contribue à la fois à assurer la visibilité des femmes (la photo constitue un indéniable marqueur sur ce plan) mais qui continue de montrer que les femmes sont, plus que les hommes, là pour être vues. Une analyse qualitative permettrait d'aller plus loin dans l'analyse.

Les femmes sources sont-elles dotées de la même autorité que les hommes sources ? Ceci a fait l'objet d'une des questions personnalisées de notre enquête<sup>18</sup>. Pour nourrir les informations, les médias font traditionnellement intervenir dans une large proportion, des personnes dotées d'autorité. Comment cette autorité est-elle répartie entre les hommes et les femmes ?

La mesure de l'autorité ne peut pas être exclusivement réduite à la profession de la personne source. Un restaurateur porte-parole de la profession est plus reconnu qu'un patron de café « ordinaire » ; une artiste célèbre a plus de visibilité qu'un intermittent ; le maire d'une petite commune a une portée politique supérieure à celle de l'employé municipal d'une grande ville... Nous avons donc codé « Autorité+ » les sources détentrices d'une autorité de pouvoir, de savoir ou de notoriété.



Là encore, on constate que la répartition entre les sexes est profondément inégalitaire : il y a trois fois plus d'hommes dotés d'autorité que de femmes parmi les sources. Alors que les femmes sont moins souvent mobilisées dans l'absolu, 41 % des femmes sources des médias sont dépourvues d'une de ces formes d'autorité, contre 17 % des hommes. Ces résultats corroborent les ratios relatifs à la place des femmes parmi les porte-paroles et les expertes.

---

<sup>18</sup> Faisant suite à un travail sur la place des femmes dans les journaux télévisés pendant la pandémie : David Doukhan, Marlène Coulomb-Gully et Cécile Méadel, « En période de coronavirus, la parole d'autorité dans l'info télé reste largement masculine », *La Revue des médias*, juin 2020.

Comment le sexe se conjugue-t-il avec la perception de la « race » ? Une de nos questions personnalisées porte sur la perception des minorités ethnoraciales. Le codage a pu être effectué pour un peu plus de la moitié des nouvelles<sup>19</sup> ; la présence de personnes identifiées par nos codeuses et codeurs comme « racisées » est d'environ 10%<sup>20</sup>, chiffre qui varie du simple au double selon les médias, la presse ayant le chiffre le plus élevé (avec près de 15%). On note surtout que les journalistes auxquel.le.s est attribuée une identité de « race » sont pour près des deux tiers des femmes. Pour les personnes « racisées » évoquées dans les informations, on retrouve en revanche l'avantage persistant d'un monde masculin à plus des deux tiers.

---

<sup>19</sup> Nous avons retiré du corpus les chaînes de télévision de Martinique et de Polynésie, qui risquaient de peser dans le sens d'une sur-représentation des personnes « racisées » peu conforme à la réalité de l'ensemble des autres médias pris en compte. Cela aboutit à un corpus d'un peu plus de 4100 nouvelles. Cette question a été traitée pour les deux tiers d'entre elles, soit près de 2700 (sans que cette proportion diffère sensiblement selon les médias).

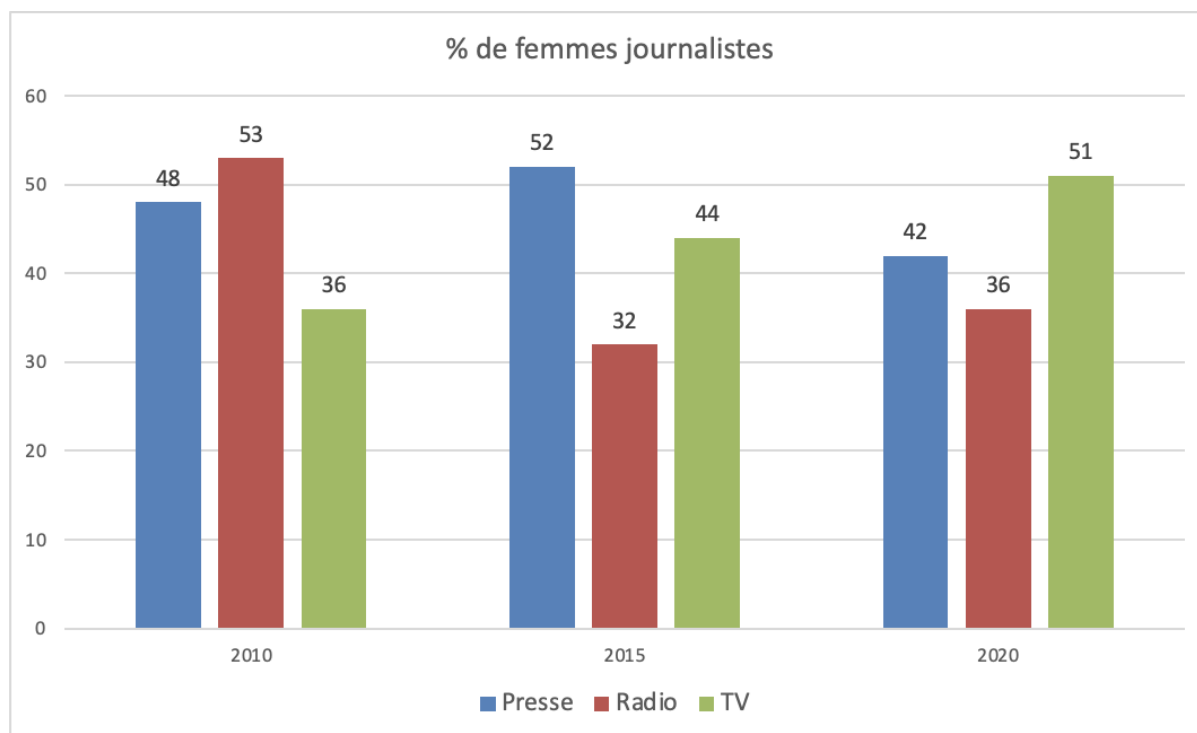
<sup>20</sup> Si l'on prend en compte les quelques 4100 nouvelles (et non les seules 2700 traitées), ce chiffre passe à 7%.

# Les journalistes

## Les journalistes femmes toujours minoritaires, sauf à la télé

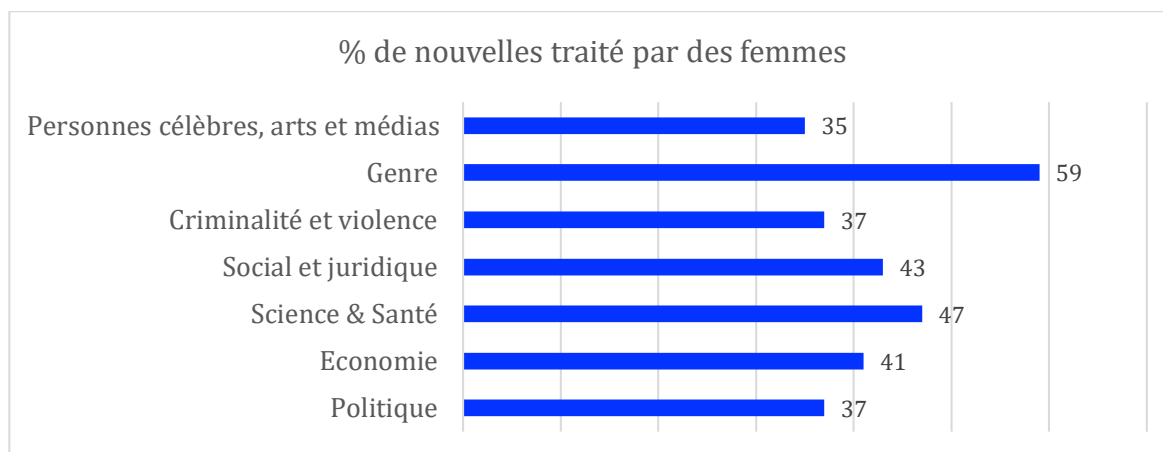
4 sur dix des journalistes qui s'expriment ce jour-là dans l'ensemble des médias sont des femmes alors que la carte de presse est détenue à 48 % par des femmes<sup>21</sup>. Le chiffre n'a donc quasiment pas évolué depuis 2015 (37 % contre 39,5 %)<sup>22</sup>.

- Contrairement aux études antérieures, la TV est désormais le média le plus paritaire, les femmes étant même légèrement plus nombreuses que les hommes (51 % / 49 %).
- La radio est le plus déséquilibré des médias, en faveur des hommes qui représentent 64 % des journalistes (36 % pour les femmes).
- La presse occupe une position médiane défavorable aux femmes qui représentent 42 % des journalistes (58 % de journalistes hommes), pourcentage que l'on retrouve pour les médias en ligne (42 %), alors que Twitter est plus féminin (48 %).



<sup>21</sup> 45 % si l'on prend celles qui ont un emploi salarié ou de direction (les femmes étant davantage pigistes et moins directrices).

<sup>22</sup> Le chiffre de 48 % de femmes journalistes atteint en 2010 semble donc une « anomalie » !



En 2020, tous les thèmes sont traités par davantage de journalistes hommes que femmes (sauf les quelques très rares nouvelles consacrées aux questions de genre). Les 3 thèmes qui concentrent le plus de nouvelles sont la politique, l'économie et les sciences-santé ; seul le dernier thème approche la parité de traitement.

Le tableau suivant, qui se concentre sur les seuls reporters<sup>23</sup>, montre la persistance de cette inégalité depuis 2015.

**Nombre de nouvelles traitées par des reporters hommes et des femmes**

	2015		2020	
	F	H	F	H
Politics and Government	9	22	21	39
Economy	10	9	22	23
Science and Health	6	2	17	20
Social and Legal	55	59	7	16
Crime and Violence	11	11	7	15
Celebrity, Arts and Media, Sports	10	7	9	14
Other	0	1	2	1

Pour les reporters, comme pour les journalistes dans leur ensemble, la politique reste une affaire d'hommes. Si l'on parvient à davantage d'égalité pour les questions économiques ou de santé, il faut noter qu'il ne s'agit que des reporters et non de l'ensemble des nouvelles.

Les femmes journalistes font-elles davantage appel à des femmes comme sources ? Si l'on prend l'ensemble des journalistes, les femmes recourent à peine plus que leurs confrères à des sources féminines. Le sexe des journalistes n'intervient donc pas (ou à la marge) dans le fait de mobiliser des femmes ou des hommes comme sources d'information.

<sup>23</sup> Le précédent prend en compte tous les journalistes, reporters comme présentateurs.

		Sources	
		Femmes	Hommes
Journalistes	Femmes	33	67
	Hommes	29	71

Les médias électroniques ne font pas mieux avec des répartitions équivalentes.

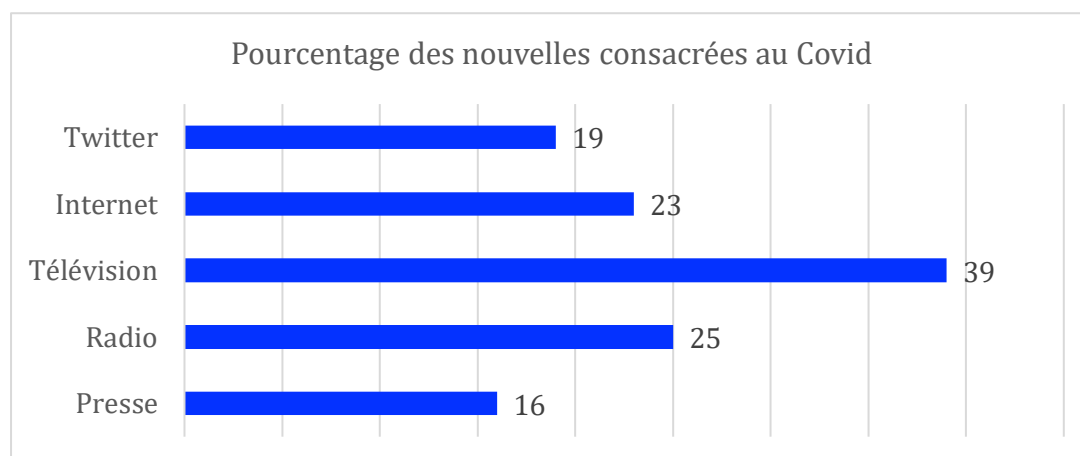
Les femmes utilisent-elles davantage un langage qui neutralise le genre ? Sur le traitement des nouvelles, une de nos questions personnalisées porte sur le langage inclusif : on note qu'il est rarement employé. Cependant, les femmes journalistes l'utilisent proportionnellement trois fois plus que leurs collègues masculins (55 % contre 14 %).

# Un Covid-19 ambivalent dans ses effets sur le genre

## Les femmes toujours minoritaires comme sujets et sources d'information mais davantage de journalistes femmes

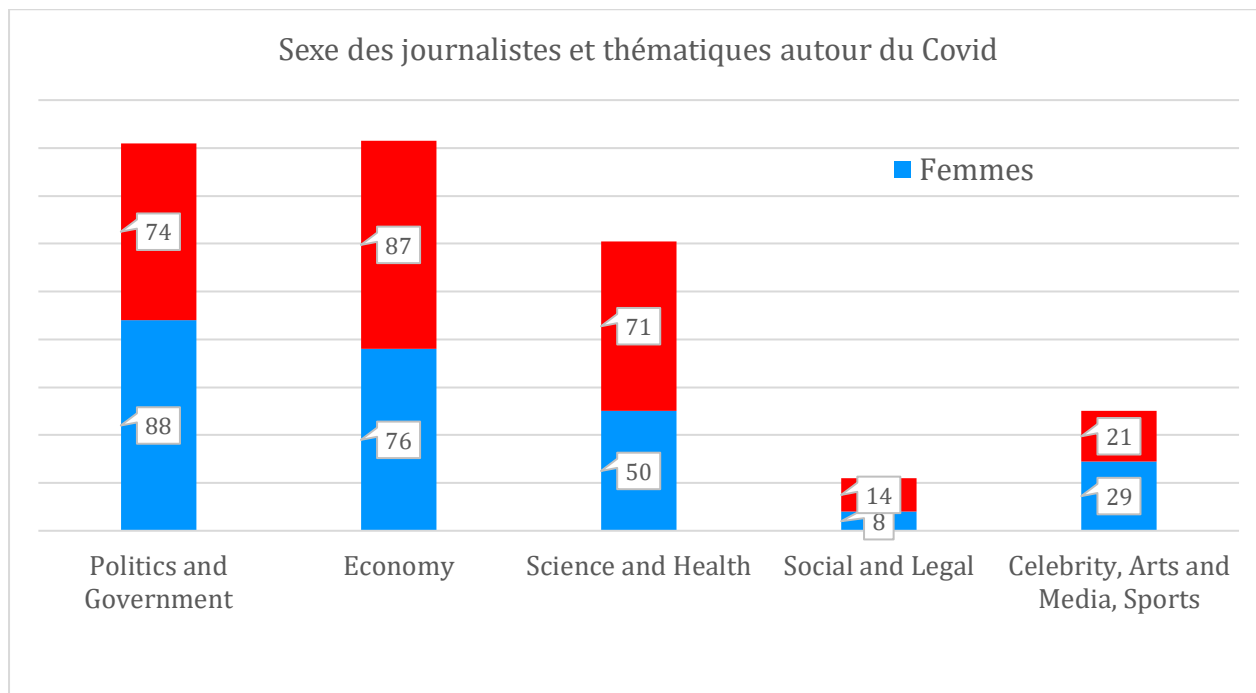
Tous médias confondus, 24 % des nouvelles, soit près d'un quart d'entre elles, traitent du Covid, avec cependant des différences sensibles selon les médias.

- La radio et Internet sont proches de ce ratio moyen (avec respectivement 25 % et 23 %).
- La presse et Twitter en parlent nettement moins (avec quand même respectivement 16 et 19 % des nouvelles).
- La télévision est le média le plus *covidfriendly* puisque près de 40 % des informations portent sur cette question.



Tous médias et tous thèmes de nouvelles confondus, la thématique du Covid mobilise 47 % de femmes journalistes pour 53 % d'hommes : on est là bien plus proche de la parité que s'agissant de l'ensemble des informations, où les femmes représentent seulement 39 % des journalistes.

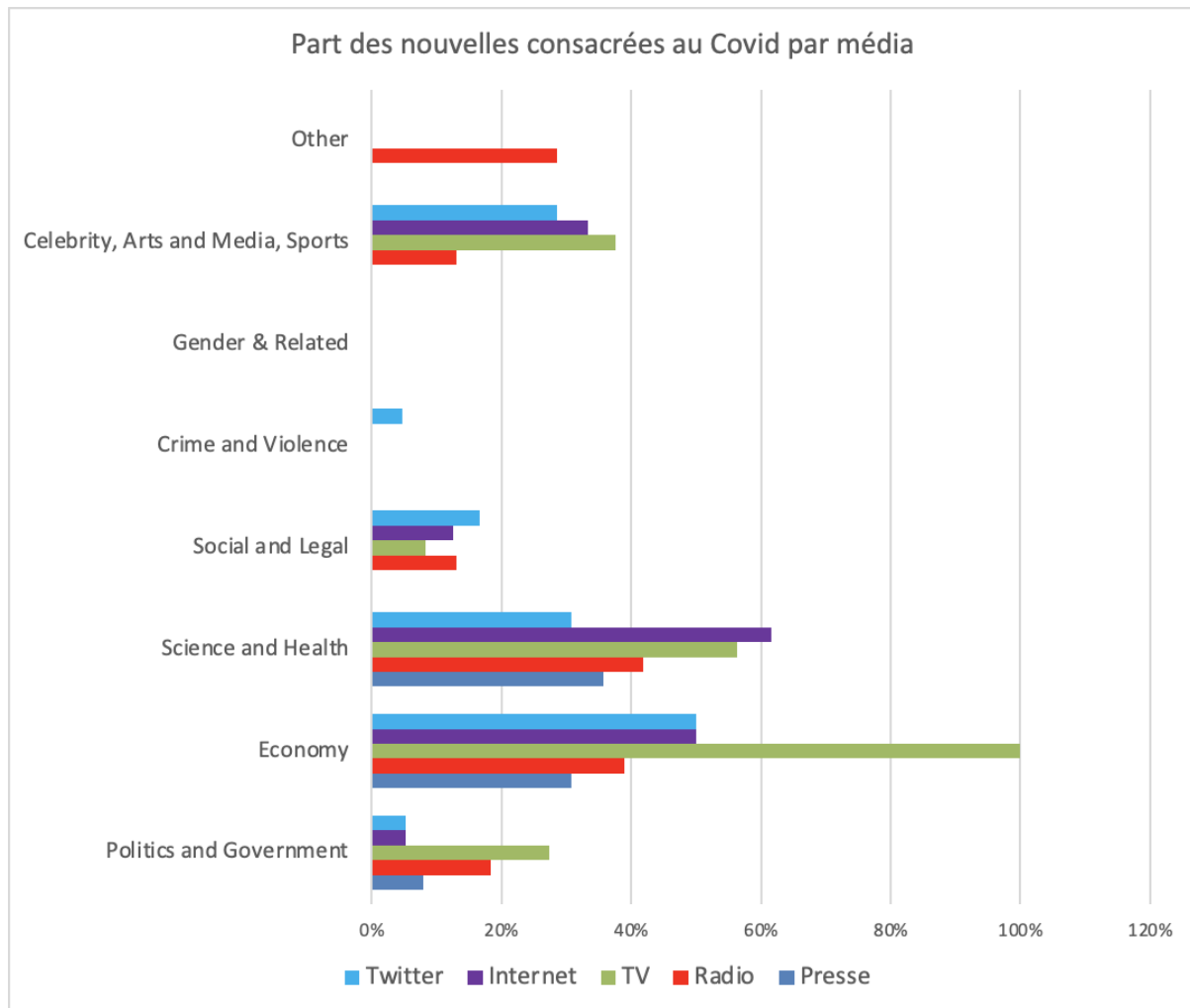




Le Covid présente la particularité exclusive de faire appel à une proportion de journalistes femmes supérieure à la moyenne pour les sujets liés à la politique ; ils sont traités à 54 % par des femmes (tout comme les célébrités-arts-mode..., mais c'est plus habituel). On retrouve des répartitions beaucoup plus ordinaires pour les questions de sciences (traitées à 59 % par des hommes) ou d'économie (47 % de femmes).

**Le Covid fonctionne donc comme accélérateur d'égalité pour les journalistes**, sans doute en raison des thèmes associés qui relèvent du "care", traditionnellement pris en charge par des femmes (voir la notion de ségrégation horizontale abordée dans l'introduction).

En revanche, **la pandémie ne modifie en rien la répartition sexuée des sources** : les informations sur le Covid comme celles qui n'en parlent pas font intervenir moins d'une femme pour trois hommes.



Les rubriques « Économie » et « Sciences et santé » sont pour tous les médias celles qui traitent le plus du Covid. En d'autres termes, la couverture de la pandémie s'effectue principalement à travers le thème "Sciences et santé" ce qui est attendu, et à travers le thème "Économie", un tropisme révélateur des enjeux de la pandémie : à la télévision la pandémie est même abordée deux fois plus à travers l'économie que la santé-social On aurait aussi pu imaginer la mise en avant d'un angle social pour aborder la crise du Covid ; peut-être d'ailleurs cela a-t-il été le cas à d'autres moments.

En résumé, soulignons :

- La part résiduelle des nouvelles traitant des questions de **genre** (internet et twitter faisant un peu « moins mal » que les médias traditionnels)
- Malgré de petites variations selon les médias, **politique, économie, sciences et santé, social et droit** constituent le peloton de tête des thèmes traités dans les médias (mais sur Twitter et Internet, l'économie est peu présente)
- **Près d'un quart des nouvelles traitent du Covid**, abordé en priorité sous un angle économique et sciences et santé. La télévision est le média qui lui laisse la plus large place (39 % des nouvelles) et la presse et Twitter sont les médias qui en parlent le moins.

# Résumé et conclusions : inertie globale et raisons d'espérer

## L'inertie persistante des médias

En dépit de légères variations dans la représentation des femmes, les hommes restent le sujet principal des informations et les principaux détenteurs de la parole d'autorité. La comparaison avec les éditions antérieures (28 % en 2010 et 24 % en 2015 et 30 % en 2020) ne doit pas égarer : la progression constatée cette année ne permet en aucun cas d'approcher quelque forme d'égalité que ce soit. Il faut également se garder de toute illusion d'un progrès linéaire, puisque si certains indicateurs progressent, d'autres régressent.

Les hommes restent le sujet principal des informations. Ils sont toujours au cœur de ce tableau vivant de l'actualité que sont les médias. L'inertie est à cet égard remarquable : c'est la première leçon que cette édition 2020 du GMMP permet de tirer.

La comparaison avec les données européennes permet d'observer que la France se situe dans la moyenne des pays de la communauté : 29,8 % de sources femmes en France contre 30,2 en Europe.

La parole d'expertise reste une prérogative masculine. Les femmes sont davantage sollicitées pour leur témoignage en raison de leur expérience personnelle.

Les journalistes femmes représentent quant à elles 39 % de l'ensemble des journalistes présent.es en cette journée de monitoring. De même que s'agissant des sources, les hommes sont ici en position de domination.

L'invisibilité des femmes dans les médias durant le Covid et en particulier la disparition des femmes expertes ont suscité un vif mouvement d'indignation en France lors du premier confinement du printemps 2020. Une mission a alors été diligentée par la secrétaire d'État à l'égalité femmes-hommes qui a chargé la députée Céline Calvez de mener une étude sur la place des femmes dans les médias en temps de crise<sup>24</sup>. On a vu que notre corpus général confirme la faible présence des femmes dans les médias, 6 mois après le confinement de mars, une situation qui renvoie à leur faible visibilité coutumière. Mais que nous dit notre corpus s'agissant des nouvelles en lien direct avec le thème du Covid ?

S'agissant des journalistes, on observe que les femmes sont bien plus mobilisées sur des reportages en lien avec Covid que pour l'ensemble des nouvelles puisqu'elles représentent ici 47 % des journalistes (39 % pour l'ensemble des nouvelles). Les sujets en lien avec le care (on se rappelle la notion de "ségrégation horizontale" qui affecte traditionnellement les femmes à des domaines en liens avec des thématiques comme le soin, l'attention à l'autre, etc.), réputé féminin, expliquent sans doute ce chiffre étonnamment proche de la parité. Mais étrangement, cette caractéristique du care ne se retrouve pas pour les sources : les expert.es qui viennent parler de santé ou d'économie, les porte-paroles qui s'expriment sur la politique sanitaire ou les professionnel.les écouté.es restent dans sept cas sur dix des hommes.

---

<sup>24</sup> Rapport sur la place des femmes dans les médias en temps de crise, 15 septembre 2020 [[En ligne](#)].

Dans l'introduction, nous avons souligné que les enjeux à cette édition 2020 du GMMP étaient doubles : nous nous interrogeons sur les possibles répercussions de la vague #metoo sur la place des femmes dans les médias et sur un éventuel impact du Covid sur les médias au regard du genre.

Contre toute attente compte tenu de l'impact considérable du mouvement, #metoo ne semble pas avoir eu de répercussion notable sur la place respective des femmes et hommes dans les médias: les médias restent un monde largement androcentré, tant du point de vue des sujets représentés (les hommes sont 70 % des sujets des nouvelles) que des journalistes (les hommes représentent 39 % des journalistes). Cette attente déçue peut être considérée comme due à un effet pervers de l'abondance des discours sur la place des femmes dans les médias et sur les incitations aux bonnes pratiques par les pouvoirs publics, qui donnent l'illusion d'une égalité déjà là. Il n'en est rien.

S'interrogeant sur les "technologies de pouvoir", au premier rang desquels les médias, le philosophe Michel Foucault avançait l'idée que leur caractéristique première résidait dans leur inertie, leur capacité de résistance au changement et de maintien du statut quo. On ne saurait mieux dire.

## **Une prise de conscience au sein des rédactions qui peine à se traduire dans la couverture des nouvelles**

Notre constat serait toutefois incomplet s'il ne mentionnait des avancées réelles dans le détail des nouvelles analysées. En effet, si les chiffres restent globalement stables et décevants au regard des objectifs de parité (tant pour les personnes présentes dans les nouvelles que pour les journalistes mobilisé.es), les analyses qualitatives des nouvelles montrent qu'une prise de conscience a eu lieu dans les rédactions (dans certaines rédactions et pour certain.es journalistes tout au moins).

Les analyses qualitatives montrent en effet qu'à côté de permanences qui renvoient au sexisme inconscient et globalement partagé de la société (par exemple quand une dizaine d'experts sont sollicités dans un article sans qu'aucune femme ne figure parmi eux ou quand on parle des femmes politiques en privilégiant des stéréotypes éculés), certains articles intègrent les "lunettes du genre": le discours s'efforce alors de limiter l'emploi du masculin générique (même si la prise en compte systématique du féminin n'est pas encore à l'ordre du jour), la recherche d'équilibre entre protagonistes masculins et féminins est visible, et dans certains cas même, les stéréotypes de genre sont pointés du doigt et contestés (voir l'article sur le traitement journalistique du suicide de Doonan, étudiante transgenre, la polémique autour de ce qu'est une "tenue républicaine"; ou l'important travail effectué par de nombreuses rédactions sur les féminicides).

Tout cela va dans le bon sens. La prochaine étape consistera à donner une traduction quantitative à ces éléments, à faire en sorte que micros et caméras se tendent vers les femmes autant que vers les hommes et parlent des un.es et des autres en des termes équivalents. Non pas inventer des femmes où elles ne sont pas, mais les voir où elles sont et comme elles sont.

## **Recommandations et plan d'action 2021-2025**

Pour les années 2021-2025, nous préconisons cinq ensembles de recommandations :

## **1. Promouvoir des rédactions responsables**

Poursuivre l'effort entamé dans un certain nombre de rédactions pour conscientiser le rapport des journalistes aux biais de genre et combattre les stéréotypes de genre.

A l'instar du *New York Times*, pionnier en la matière, plusieurs rédactions françaises (Médiapart, l'AFP...) ont nommé récemment des "Gender Editor" chargé.es de veiller au traitement éditorial des nouvelles, de sorte que les sujets traités n'oublient pas la moitié de la population.

De la même façon, un travail en interne doit être mené pour permettre aux femmes de briser le plafond de verre et s'extraire du "plancher collant". La lutte contre le harcèlement au sein des rédactions relève de la même logique (mise en place de référent.es dédié.es, etc.)

Un collectif de journalistes comme Prenons la Une milite pour la parité dans les médias et l'égalité dans les rédactions.

## **2. Promouvoir le genre dans la formation professionnelle initiale et continue**

Renforcer la réflexion sur le genre et le travail de déconstruction des stéréotypes au sein des formations en école de journalisme mais aussi, la majeure partie des journalistes ne passant pas par ce type de formations, dans le cadre de la formation continue.

## **3. Poursuivre, discuter et publiciser le travail de monitoring régulier des médias**

Outre le GMMP, des institutions comme l'Institut national de l'audiovisuel (INA) ou le Conseil supérieur de l'audiovisuel (CSA) publient régulièrement des rapports relatifs à la place des femmes dans les médias (centrés sur les seuls médias audiovisuels s'agissant de ces deux organismes). Le Haut Conseil à l'Égalité entre les Femmes et les Hommes (HCEfh) publie également des rapports sur le genre et les médias. Bref, les outils d'évaluation ne manquent pas, mais ils se heurtent trop souvent à l'indifférence générale et les retombées concrètes sont parfois décevantes. Le contexte actuel, moins insensible que par le passé aux questions d'égalité de genre, devrait permettre une meilleure prise en compte de ces travaux et leur mise en débat dans l'espace public.

## **4. Inciter les pouvoirs publics à s'engager**

L'égalité femmes-hommes a été déclarée "grande cause nationale" du quinquennat Macron (2017-2022), la lutte contre les stéréotypes sexistes dans la publicité apparaissant comme la seule mesure en lien avec le sexisme des médias. C'est peu. Le principe d'éga-conditionnalité des financements publics" préconisé par le HCEfh dans son rapport sur les stéréotypes de 2014 attend toujours d'être mis en œuvre. Doivent également être soutenues les initiatives médiatiques qui fondent leur ligne éditoriale sur l'égalité de genre (Les nouvelles News, 50/50...)

## **5. Promouvoir l'égalité de genre dans l'éducation initiale, l'éducation aux médias, la vigilance citoyenne**

L'éducation à l'égalité et au respect de l'autre dispensée dès le plus jeune âge est le meilleur rempart à toutes les formes d'inégalités de genre ; elle constitue le premier volet du plan d'action évoqué ci-dessus et mis en place dans le cadre de "l'égalité femmes-hommes, grande cause nationale".

Le second étage de la fusée est constitué par l'éducation aux médias, consistant à faire en sorte que les citoyen.nes soient conscient.es des enjeux d'égalité dans les médias et refusent de cautionner ceux qui dérogeraient à ce principe. Le Centre pour l'Éducation aux Médias et à l'Information (CLEMI) développe des modules de formation spécifiques destinés à sensibiliser les publics, de la maternelle au lycée et doit être soutenu dans ses actions.

## Conclusion Du triangle de velours au carré d'or

L'expression « triangle de velours » a été forgée par Alison Woodward (2004), mettant en avant la convergence des forces féministes entre les trois pointes d'un triangle composé de politiques, d'activistes et d'universitaires. Dans le même esprit, s'agissant de promouvoir l'égalité de genre dans les médias, on peut rappeler l'intérêt de faire converger les efforts et les travaux

- **des journalistes** : ces “insiders” convaincu.es de la nécessité d'intégrer l'outil du genre pour produire une information juste et qui militent également au sein de leurs rédactions pour des organigrammes équilibrés sur le plan du genre ;

-**les “femocrates” et femmes politiques**, pour reprendre la terminologie de Woodward, qui dans le cadre de leur fonction et depuis les lieux de pouvoir qui sont les leurs, contribuent à promouvoir cette nécessaire égalité. On peut penser aux femmes et aux hommes féministes, dans des fonctions de responsabilité dans les médias et aux politiques dont c'est la mission comme la secrétaire d'État à l'égalité femmes-hommes ;

-**les activistes**, qui effectuent une opération de veille sur les médias et alertent l'opinion en cas de dérapage (comme La meute des chiennes de garde pour la publicité), auxquelles on peut adjoindre **le public des médias** qui, conscient des enjeux de l'égalité, doit refuser de cautionner des médias sexistes ;

-**les universitaires et chercheur.es sur les médias**, qui contribuent à la réflexion sur l'égalité de genre dans les médias en fournissant données et études de cas sur cette question.

# Annexes

## Annexe 1. Méthodologie

Une caractéristique clé de la recherche longitudinale est l'évaluation de l'évolution dans le temps des indicateurs observés. Dans le cas du Projet mondial de monitoring des médias (GMMP) 2020, la méthodologie, les indicateurs, l'approche de la collecte et de l'analyse des données sont cohérents avec les éditions précédentes de la recherche afin de permettre les comparaisons historiques habituelles.

La journée mondiale de monitoring prévue initialement au premier trimestre 2020 a été reportée à plus tard dans l'année en raison des bouleversements provoqués par la première vague de coronavirus (Covid-19) dans le monde. À l'approche de la journée de monitoring d'avril, il est rapidement devenu évident que procéder comme prévu se traduirait par un échantillon de nouvelles qui serait presque entièrement axé sur les reportages liés au coronavirus. Un nouveau besoin est apparu pour aborder les aspects pratiques du monitoring pendant les fermetures et les couvre-feux imposés pour contenir la propagation du virus, car les sessions de codage communes régulières étaient désormais hors de question pour la plupart des équipes. Les risques pour la santé et les moyens de subsistance, la nécessité de trouver des moyens de faire face à la vie quotidienne, feraient reculer le GMMP sur l'échelle des priorités pour les bénévoles, augmentant potentiellement le taux d'abandon. Ces nouveaux défis ont appelé à une pause sur les plans pour rechercher des solutions et mettre en place les outils et les ressources nécessaires avant que le monitoring puisse se poursuivre.

Le groupe consultatif technique du GMMP et l'équipe de développement de la base de données Code for Africa ont travaillé pour résoudre systématiquement les problèmes. Une nouvelle date de monitoring a été fixée pour septembre, les outils de codage ont été modifiés pour capturer les reportages liés au Covid-19 sans compromettre la capacité de comparer les résultats dans le temps en fonction des sujets de reportage, des ressources de formation audiovisuelles exhaustives sur la façon de coder en cas de pandémie ont été mises en place en place, des instruments de codage électronique ont été développés et les équipes ont été recyclées dans de nombreux webinaires.

Comme pour les GMMP précédents, la saisie initiale des données a été effectuée hors ligne par des équipes de bénévoles dans les 116 pays participants. Pour le GMMP 2020, une version tableur des feuilles de codage a été fournie, pour permettre l'enregistrement électronique des observations.

Dans la période précédant la journée de monitoring, une série de sessions de formation régionales et nationales ont été organisées pour construire une compréhension uniforme des équipes sur la méthodologie et l'approche du codage. Les équipes ont reçu une formation sur la sélection des médias, la sélection des journaux télévisés et des articles, et le nombre de médias à coder.

Pour le GMMP 2020, les équipes pouvaient choisir entre deux options possibles pour le monitoring :

- **Monitoring complet**, dont les résultats fournissent une image complète de l'état des dimensions de l'égalité des genres dans les médias d'information.
- **Monitoring court**, une version plus courte qui se concentre sur les indicateurs clés du GMMP, pour les équipes qui ont souhaité participer mais pour diverses raisons n'ont pas pu mettre en œuvre le monitoring complet.

Pour assurer l'exactitude du processus de codage, des bulletins de radio et de télévision ont été enregistrés, et des copies d'articles de médias numériques et imprimés ont été recueillies. À travers les différents types de médias, à la fois pour le monitoring complet et court, les moniteurs ont capturé des informations sur le reportage, ses thèmes principaux et les personnes dans le reportage, en tant que journalistes, en tant que sujets et sources du reportage. De plus, trois questions spéciales facultatives, propres à chaque pays, permettaient à chaque pays d'analyser des questions d'intérêt national. À des fins de normalisation, ainsi que la nature multilingue de cette étude, toutes les réponses ont été codées numériquement à partir de listes fixes.

Pour permettre la comparabilité des données recueillies à partir d'un programme d'actualités chargé d'une pandémie avec les résultats historiques, une question supplémentaire a été incluse qui demandait si le reportage était lié au Covid-19. Pour de tels reportages, les moniteurs ont été invités à sélectionner le sujet secondaire le plus pertinent. Alors que les actualités mondiales s'étaient diversifiées aux niveaux d'avant la pandémie d'ici la journée de monitoring mondial de septembre 2020, l'analyse régionale a démontré l'importance de cette question, en particulier pour l'Amérique du Nord et le Moyen-Orient, qui ont enregistré 37% et 36% de reportages liés au Covid-19 respectivement.

#### *Densité médiatique*

Le système de niveaux de densité médiatique a été introduit en 2005 pour assurer une répartition plus uniforme des données et servir également de point de référence pour chaque pays sur le nombre minimum de médias à surveiller. Ce système a été retenu pour le GMMP 2020 et a été mis à jour avec la contribution des coordinateurs nationaux.

#### *Pondération*

Alors que le GMMP cherche à comprendre comment le genre est représenté dans les médias à travers le monde, les différences d'accès aux médias et d'impact entre les pays participants signifient qu'une simple agrégation des données conduirait à des résultats biaisés. Par exemple, si un pays comme la France soumettait les données de 100 médias, les entrées d'un pays plus petit comme Fidji n'auraient que peu ou pas d'impact sur les résultats. De plus, alors que deux pays peuvent avoir un nombre similaire de journaux, leur impact, en termes de nombre de personnes qui les lisent, peut être très différent. Pour relever ces défis, le GMMP 2020 a mis à jour, re-testé et appliqué le système de pondération initialement développé pour l'édition 2005.

#### *Exactitude*

Le GMMP a impliqué plusieurs milliers de personnes dans 116 pays de divers groupes d'acteurs du genre et des médias, avec différentes capacités de recherche et travaillant dans un large éventail de langues. Pour une étude de cette envergure, il était crucial que



l'exactitude soit prise en compte à chaque étape, afin de maintenir les niveaux élevés atteints les années précédentes. Les erreurs de saisie et de traitement des données peuvent avoir de graves effets de biais sur l'analyse des données, entraînant une fausse représentation des variables observées. Pour minimiser ce risque, nous nous sommes appuyés sur une variété de processus automatisés, ainsi que sur la vaste expérience de monitoring des médias des coordinateurs nationaux.

### *Limites*

Comme pour toute étude, un grand effort a été fait pour assurer l'exactitude des données. Comme observé dans les GMMP précédents, une erreur de mesure exacte ne peut pas être déterminée en raison de l'ampleur de l'étude. La mesure d'erreur conventionnelle impliquerait différents chercheurs codant le même reportage, ensuite calculant un niveau d'erreur à partir des différences entre les résultats. Bien que cela n'ait pas été possible pour le GMMP, nous avons suivi les meilleures pratiques pour nous assurer qu'il y avait un minimum d'erreurs dans le processus de saisie des données et de génération d'analyse.

### *À propos de Code for Africa*

[Code for Africa](#) (CfA) est le plus grand réseau du continent de laboratoires africains autochtones de technologie civique et de journalisme de données d'investigation, avec plus de 70 employés dans 19 pays, qui créent des solutions de démocratie numérique qui visent à donner aux citoyens un accès sans entrave à des informations exploitables qui leur permettent de prendre des décisions éclairées et qui renforcent l'engagement civique pour une gouvernance et une responsabilité publiques améliorées.

## Annexe 2 : Équipe de codage

51 personnes ont participé au codage :

- 6 pour internet, 8 pour la presse, 10 pour la radio, 15 pour la télévision et 4 pour Twitter.
- Chaque équipe avait une coordinatrice.
- L'ensemble est coordonné par deux personnes, dont l'une est aussi coordinatrice TV.

Marlène	Coulomb Gully	Responsable France, Coordinatrice TV <sup>25</sup>			
Cécile	Méadel	Responsable France, Questions transverses <sup>26</sup>			
Aurélie	Olivesi	Coordinatrice Internet			
Isabelle	Garcin Marrou	Coordinatrice Presse			
Laetitia	Biscarrat	Coordinatrice Radio			
Virginie	Julliard	Coordinatrice Twitter			
Lucie	Delias	internet	Warda	Khemilat	Radio
Emma	Gauthier	internet	Léa	Maguire	Radio
Magali	Guaresi	Internet	Héloïse	Prévost	Radio
Ndèye Maguette	GUEYE	Internet	Rémi	Uro	Radio
Rym	Kireche	Internet	Evi	Basile-Comaille	Radio
Haneul	Lavou	Internet	Cécolène	Frisque	Radio
Oriane	Piquer-Louis	internet	Jessica	Benonie-Soler	TV
Laura	Verquere	Internet	David	Doukhan	TV
Héloïse	Staroz	Internet	Delphine	Dupré	TV
Béatrice	Damian-Gaillard	Internet	Deborah	Gay	TV
Sandy	Montanola	Internet	Marie-Pierre	Huillet	TV
Myriam	Hernandez	Internet	Sarah	Lecossais	TV
Claire	Blandin	Presse	Vincent	Mazzarone	TV
Isabelle	Hare	Presse	Fanny	Mazzone	TV
Lise	Jacquez	Presse	Pierre	Molinier	TV
Clémentine	Leroy	Presse	Nicole	Pradalier	TV
Sandrine	Leveque	Presse	Giuseppina	Sapio	TV
Bibia	Pavard	Presse	Ludovica	Tua	TV
Eugenie	Saitta	Presse	Véronique	Perry	TV.
Lucie	Alexis	Radio	Albert	Rilliard	TV
Mélanie	Armitano	Radio	Marion	Coville	Twitter
Laure	Beaulieu	Radio	Fred	Pailier	Twitter

<sup>25</sup> [marlene.coulomb@univ-tlse2.fr](mailto:marlene.coulomb@univ-tlse2.fr)

<sup>26</sup> [cecilemeadel@orange.fr](mailto:cecilemeadel@orange.fr)

## Annexe 3 : Temps de codage

Le temps de codage diffère beaucoup selon les médias :

- Télévision
  - 4h de codage pour 30 minutes de programme (en moyenne)
  - Soit pour 10 chaînes de télévision, un total d'environ 40 heures
- Radio
  - 10h de codage pour 150 minutes de programme (en moyenne)
  - Soit pour 11 radios un total d'environ 110 heures
- Presse
  - 4 heures de codage pour un journal
  - Soit pour 10 journaux, un total d'environ 40 heures
- Internet
  - 6h de codage pour un site
  - Soit pour 9 sites un total d'environ 54 heures
- Twitter
  - 4h de codage pour un fil twitter
  - Soit pour 19 fils un total d'environ 80 heures

Cela représente pour le codage un total estimé de 324 heures.

Si on compte la préparation du travail (recrutement de l'équipe, collecte des contenus, prise en main de la grille) à laquelle s'ajoutent la coordination des équipes, les vérifications des fiches rendues, et la rédaction du rapport final, **le total doit dépasser les cinq cents heures (500 h)**.

# Annexe 4 : Fiches qualitatives

## 1- Stéréotype flagrant

**Source : Presse : Le Figaro**

**Titre :** « Présidentielles : à gauche, l'hypothèse Anne Hidalgo gagne du terrain »

### Analyse

L'article questionne une potentielle candidature de l'actuelle maire de Paris, Anne Hidalgo, aux élections présidentielles de 2022. L'article est placé dans les pages Politique du journal et occupe deux demi-pages. Il est illustré par une grande photo d'Anne Hidalgo (la même qu'en Une). Il bénéficie d'une forte visibilité dans l'édition du jour. Le sujet principal de l'article est donc une femme, et pourtant il ne donne la parole quasiment qu'à des hommes pour commenter la probabilité de cette candidature.

Un des aspects les plus marquants de cet article porte donc sur l'énonciation. Sur les différentes personnalités politiques interrogées pour partager leur avis / leur « expertise » en tant que politiques et/ou proches d'Anne Hidalgo, très peu sont des femmes. Sur les neuf personnes dont le discours est rapporté directement avec des citations, sept sont des hommes – donc le calcul est simple, seulement deux femmes, si ce n'est une seule en excluant Anne Hidalgo elle-même, à laquelle il est assez logique de laisser la parole. A cela s'ajoute également la citation anonyme d'« un connaisseur », et peut être parce que l'article n'emploie pas l'écriture inclusive, le premier instinct est de considérer cette parole comme celle d'un homme.

D'autres personnes sont évoquées sans paroles rapportées. Au nombre de six, ce sont cinq hommes, pour une femme. Il s'agit de potentiel×les futur×es candidat×es également : pour les hommes Jean-Luc Mélenchon, Emmanuel Macron, Éric Piolle le maire de Grenoble, Yannick Jadot et François Hollande, pour la femme, Marine Le Pen.

Si l'on revient aux personnes dont les paroles sont rapportées, la première est en réalité un premier, puisqu'il s'agit de l'ex-premier ministre Jean Marc Ayrault. Il est accompagné d'Al Gore, ancien vice-président des États-Unis, de l'urbaniste et scientifique Carlos Moreno, du président de la métropole de Lyon Bruno Bernard, de l'ancien adjoint à l'urbanisme de la ville de Paris

Jean-Louis Missika, Olivier Faure le premier secrétaire du PS et du premier adjoint à Paris, Emmanuel Grégoire. Seules les paroles de Johanna Rolland la maire de Nantes (et Anne Hidalgo) sont citées, et c'est la seule qui ne parle pas d'Anne Hidalgo directement, mais d'un projet commun entre plusieurs maires.

Dans un article qui rassemble donc différents avis divergents quant à une potentielle candidature d'Anne Hidalgo, les avis recueillis sont très majoritairement masculins. Et même si cet article s'inscrit dans un milieu politique où les hommes sont encore plus présents que les femmes, il n'empêche qu'elles sont de plus en plus nombreuses, et qu'il aurait été pertinent de varier les profils. **Ici on se retrouve donc avec des hommes qui donnent leur avis sur une femme. L'article renvoie l'idée d'un monde politique dans lequel ce sont les hommes qui ont le pouvoir d'évaluer la valeur d'une femme politique et de prescrire les stratégies politiques adéquates.**

Cette impression est amplifiée par les deux articles des pages 6 et 7 : un consacré à l'opinion de Gilles Savary, ancien député PS, sur une candidature d'Hidalgo, un autre sur les difficultés d'un accord pour un×e candidat×e d'union de gauche, illustré par les photos de trois hommes. A part le portrait d'Anne Hidalgo, les six autres photos de la double page sont celles d'hommes.

Enfin, dans le deuxième paragraphe de l'article, Anne Hidalgo est qualifiée par la journaliste d'« égérie internationale de la transformation écologique des métropoles ». L'emploi de ce qualificatif est très genré. En effet ce terme, exclusivement réservé aux femmes, est utilisé pour qualifier une femme inspirante dans les arts, la politique ou la publicité. Son emploi contribue à renforcer la distinction entre femmes et hommes en politique, en réservant à ces dernières un statut à part (égérie plutôt que leader par exemple).

Lise Jacquez et Eline Roy

**Source : TV : ViaOccitanie**

**Titre :** Quand les hommes discutent de la technique, les femmes s'émeuvent

**Analyse :** Le reportage n°5 du journal télévisé Via Occitanie traite des conséquences délétères des

intempéries sur le travail des agriculteurs locaux. Ces derniers ont décidé de s'associer pour gérer collectivement les dommages subis. La majorité des personnes interrogées dans ce reportage sont des hommes. Leurs propos sont techniques et concrets. Ils évoquent avec précision les dégâts matériels et financiers auxquels ils vont devoir faire face. À l'inverse, la courte intervention de la seule femme interviewée est abstraite et pourrait s'apparenter à une forme de « langue de bois ». Son discours, qui porte principalement sur des aspects relationnels (« la solidarité du monde agricole ») reconduit les stéréotypes de genre qui associent arbitrairement le relationnel au « féminin » et la maîtrise de la technique au « masculin ».

La responsabilité des journalistes semble engagée dans la mesure où ils auraient sans doute pu solliciter des femmes témoignant de façon technique des dommages subis.

Jessica Bénonié-soler et Delphine Dupré

**Source : Presse – Le Monde**

**Titre :** Pour la Cour suprême, le président américain fait le choix d'Amy Coney Barrett, figure de la droite religieuse

**Photo :** L'article est appelé en Une par la photo centrale, on y voit au premier plan Amy Coney Barrett de profil, souriante, au second plan on voit Donald Trump, le visage caché par les drapeaux américains qu'il traverse. Amy Coney Barrett est ici représentée en retrait même si au premier plan, en effet elle suit Donald Trump qui amorce un mouvement vers l'avant.

**Légende de la photo :** Le 26 septembre, à la Maison Blanche, Donald Trump et Amy Coney Barrett

**Analyse**

L'article développant l'information se trouve en p.3. On peut supposer que l'importance de cette information, avec notamment une place centrale en Une, n'est pas tant liée à Amy Coney Barrett qu'à la façon qu'elle donne à voir Donald Trump à l'approche des élections. Le journaliste en dresse un portrait détaillé en commençant par relever le fait que c'est la première femme nommée par Donald Trump et la seconde par un président

républicain depuis Ronald Reagan. Cette information, en soit positive pour la représentation des femmes aux postes de pouvoir, est contrebalancée par le portrait que fait le journaliste.

Il commence par décrire son parcours professionnel, et l'on peut ici noter sa position inférieure par rapport aux hommes qui l'ont formée : ainsi « elle a travaillé auprès d'un juge conservateur (...) puis dans l'ombre d'Antonin Scalia ». La seule fonction dans laquelle elle est montrée en autonomie est qualifiée de « faiblesse » parce que l'expérience est jugée trop courte par le journaliste. La description de son parcours et donc de ses qualifications pour le poste est très rapide et n'occupe qu'un tiers de l'article, on ne sait d'ailleurs pas si elle est qualifiée positivement ou négativement, sa candidature étant décrite uniquement comme « de choix pour devenir la première femme nommée par Donald Trump ».

Le portrait de sa vie privée occupe quant à lui l'essentiel de l'article. Le journaliste se concentre sur l'aspect religieux de sa personne pour justifier de son « image de conservatrice ». Ainsi, elle est « catholique pratiquante, elle élève avec son mari, également juriste, sept enfants, dont deux Haïtiens adoptés par le couple. Leur dernier enfant est affecté par une trisomie détectée pendant la grossesse. » En cherchant à construire l'image d'icône conservatrice, le journaliste fait ressortir, à dessein, le plus de stéréotypes sur les femmes possibles pour la disqualifier ; elle est donc une bonne mère, une bonne épouse, une bonne croyante. Il accentue cette disqualification en appuyant sur l'aspect religieux, notamment le fait qu'elle appartienne à « une petite communauté charismatique indépendante de l'Église catholique, People of Praise, qui pratique notamment la glossolalie, le « parler en langues » (...). » C'est sur ce point que le journaliste oppose à la candidate la « sénatrice démocrate Dianne Feinstein » qualifiée, elle, positivement parce qu'elle a critiqué la candidate sur sa foi et sa posture anti-avortement, ses propos sont cités directement.

Par la suite, Amy Coney Barrett est citée directement, d'abord par un discours donné en 2006, dans le but de la disqualifier dans son rapport à la religion puisqu'elle explique que « l'objectif fondamental dans la vie n'est pas d'être un avocat, mais de connaître, d'aimer et de servir

Dieu”. On peut souligner ici que le discours était donné à l’Université Notre-Dame et qu’il a plus de 14 ans, deux facteurs qui mettent en doute sa pertinence dans l’article mais accentuent grandement la disqualification notamment vers le portrait d’une fanatique religieuse. La citation suivante vient pourtant désamorcer cette image puisqu’Amy Coney Barrett affirme que son “affiliation personnelle à une Église ou [sa] croyance religieuse ne pèseront pas dans l’exercice de [ses] fonctions de juge”. On voit ici que cette affirmation n’est pas reçue par le journaliste et participe à une perception opportuniste et hypocrite de la candidate.

L’article se conclut par une vision prospective de l’impact politique d’Amy Coney Barrett avec notamment la crainte d’un recul sur le droit à l’avortement, la réforme santé, les armes à feu et l’immigration et un dernier relevé sur la posture problématique de sa confession. Ses qualifications pour le poste ne sont pas un sujet, c’est en tant « qu’icône » qu’elle est problématique pour le journaliste qui la réifie dans son article pour en donner une représentation disqualifiante.

Clémentine Leroy

### **Source : TV : Polynésie la Première**

**Titre :** 1. Analyse intersectionnelle sur la répartition de la parole durant le JT

2. Analyse d’un reportage sur la disparition d’un rameur dans la baie de Papeete

### **Analyse**

Le JT de la chaîne *Polynésie première*, présenté par une journaliste (élancée, les traits fins et dotée d’une longue chevelure lisse agrémentée d’une fleur, elle est conforme en tous points aux critères de féminité et de beauté dits « classiques » donc occidentaux), propose une petite dizaine de sujets. Un des aspects les plus marquants de ce JT porte sur la prise de parole et les fonctions d’autorité.

Disons-le d’emblée, l’usage du critère « minorité ethnoraciale » a posé problème : le JT se déroulant en Polynésie française, fallait-il considérer comme relevant d’une « minorité ethnoraciale » une personne autochtone (d’après le nom, voire selon certains indices physiques) ou pas ? Nous avons entendu « personnes minorisées/racisées » dans le sens de l’accès aux sphères de pouvoir/décision, dans une région où le passé colonial reste

structurant.

Notons tout d’abord qu’hormis 5 femmes (la belle-mère d’un rameur disparu, l’avocate d’une personne inculpée dans un trafic d’Ice, une habitante de l’île de Kaukura touchée par la sécheresse et la maire de cette même île -d’ailleurs désignée au masculin- et une pharmacienne), tous les autres locuteurs sont des hommes (soit 15 au total).

### **75 % des personnes interviewées au cours du JT sont des hommes. La parole reste un privilège masculin.**

Notons par ailleurs que si toutes les personnes en position d’autorité ne sont pas des personnes blanches (on a déjà évoqué une avocate et une maire ; citons également le président du comité du tourisme de Tubuai), **toutes les personnes blanches qui interviennent au cours du JT sont en position d’autorité** : le commandant de la Brigade nautique de Papeete, un avocat, une pharmacienne, le chef du service de pharmacie de l’hôpital de Papeete, le Ministre de la Santé, le consul honoraire du Liban en Polynésie, le Haut Commissaire de la République, le maire de Papeete et le responsable d’une brigade cynophile.

L’approche intersectionnelle, récemment décriée par un ministre en exercice, révèle ici tout son potentiel explicatif : elle en permet en effet de montrer comment s’articulent diverses modalités de domination, en particulier ici la domination de genre et la domination de « race ».

Par ailleurs, le premier reportage du JT est intéressant à plusieurs égards. Il s’agit **d’un fait divers portant sur la disparition d’un jeune homme dans la baie de Papeete**.

Sur le plan du genre, notons que les seules femmes présentes dans le reportage sont des proches du disparu (notamment sa belle-mère), qui portent une parole de témoignage et attendent à terre les résultats des recherches. Elles apparaissent donc comme passives face à la situation.

Tous les hommes, les proches du disparu (ses frères et ses amis) comme les secouristes, sont en mer, et recherchent activement le corps du disparu. Ils sont non blancs sauf le commandant de la Brigade nautique de Papeete, identifié par son nom et son titre : le major Florent Boubet.

On a donc un double paradigme avec d’un côté les hommes, actifs, en mer et pour l’un d’entre eux en

position d'autorité ; de l'autre les femmes, passives, à terre et non dotées de quelque autorité de ce soit.

Marlène Coulomb-Albert Rilliard

### **Source : TV - France 3 Région Occitanie**

**Titre :** Reportage sur les aides à domicile : un monde sans homme

#### **Analyse**

Le premier reportage diffusé durant l'édition nationale de FR3, d'une durée de 1'58 minutes, porte sur les aides à domicile, un secteur, on le sait, largement féminisé comme l'est le « care » en général, ce que vient confirmer et conforter ce reportage.

En effet, les quatre personnes qui y apparaissent sont des femmes : de la direction à l'exécution mais aussi au niveau de la relation avec la patientèle (infirmière, aide à domicile, patiente et aidante) et de la patientèle elle-même, ici incarnée par une femme. Le monde du « care » apparaît comme un monde dont les hommes sont absents.

Il s'agit là d'une réalité sociologique et professionnelle qui renvoie à la ségrégation horizontale qui affecte le monde du travail, et il n'appartient sans doute pas aux journalistes de modifier cet état de fait.

Au-delà de la question du care, l'absence d'hommes parmi la patientèle renforce peut-être un stéréotype viriliste existant même dans le grand âge de la vie. Les hommes âgés ne semblent pas être dépendants, ils n'ont pas besoin d'aide et ils disparaissent de cette catégorie de la population.

Deborah Gay et Vincent Mazzarone

### **Source : Twitter @LeMonde**

**Photo :** Photo de Viktor Orban et de Vera Jourova

**Texte :** « Le premier ministre hongrois Viktor Orban exige la démission de la commissaire chargée de l'Etat de droit, qui avait qualifié la Hongrie de « démocratie malade » ».

#### **Analyse**

Le tweet du Monde relaye un conflit en Viktor Orban, premier ministre Hongrois et Vera Jourova, commissaire chargée de l'Etat de droit à

la commission européenne. Dans son illustration, le tweet présente les photographies des deux protagonistes, dans un style et un cadrage similaire, qui ne laisse pas apparaître de différence de traitement. Néanmoins, le texte du tweet est le suivant : "Le premier ministre hongrois Viktor Orban exige la démission de la commissaire chargée de l'Etat de droit, qui avait qualifié la Hongrie de "démocratie malade". Ainsi, seul Viktor Orban est nommé dans ce tweet. Pourtant, ce texte ne comporte que 160 caractères espaces compris : rajouter le nom de Vera Jourova semblait donc tout à fait possible \*matériellement\* et n'est pas le résultat d'une contrainte de la plateforme.

Cette situation fait écho à plusieurs autres situations rencontrées lors du codage des tweets. Dans ces tweets, des femmes interviennent (par des interviews / citation, voire en étant autrice de l'édition) mais ne sont pas mentionnées nommément : au mieux, seule leur fonction est citée. Au pire, leur citation apparaît entre guillemets dans le tweet, mais n'est pas attribuée. Le Monde. Par ailleurs, elles sont nombreuses à ne même pas figurer en illustration du tweet.

Marion Coville

### **Source : Presse L'Humanité (quotidien national français)**

**Titre :** deux titres réfèrent à l'article ; en Une, « A la fac de Montpellier, un suicide sur fond de transphobie » puis à la page 11, « A Montpellier, 'la précarité et la transphobie tue' ».

**Autrice :** Kareen Janselme

**Photo :** pas de photo en Une.

En page 11, une photo (1/3 page) illustre l'article : un groupe de six jeunes femmes masquées avec le poing levé (5 debout et 1 sur un fauteuil roulant), brandissent un drapeau (tri-bande, deux bandes unies roses et une blanche, deux bandes à motif fleuri) et une banderole au nom de « Solidaires étudiant-e-s. – Syndicat des luttes ». L'arrière-plan semble être le parvis de l'université ou un lieu de restauration type cafétéria Crous, puisque l'on voit des étudiant.es se restaurer au loin.

Par ailleurs, il faut noter que la photo choisie par le journal est légendée « Université d'Angers », alors que l'événement et la plus forte mobilisation ont lieu à Montpellier, comme l'indique le début

de l'article : « Devant le Crous de Montpellier, ce lundi, 200 personnes se sont donné rendez-vous ».

Aucune photo ne représente Doona, « jeune femme transgenre » dont le récent suicide est à l'origine de la mobilisation et de l'article.

**Légende de la photo :** « Le 28 septembre, hommage à Doona devant le CROUS d'Angers (Maine et Loire).

**Auteurs de la photo :** Estelle Ruiz/Hans Lucas/AFP)

**Emplacement :** deux titres se rapportent donc à cet article, puisqu'il apparaît une première fois en page Une sous forme d'encadré, rubriqué en rouge « Université » et précise la nature de l'événement : « A la fac de Montpellier, un suicide sur fond de transphobie ». A la page 11, estampillé « Genre », l'article occupe 4/5 de la page à la rubrique « Société et Solidarités » ; le titre annonce davantage un commentaire sur l'événement (« A Montpellier, 'la précarité et la transphobie tue' »), que le récit d'un fait divers comme aurait peut-être pu le laisser présager le titre de Une.

#### **Analyse :**

Comme indiqué précédemment, l'article s'apparente davantage à un commentaire sur un fait, nourri de nombreux discours cités qu'au récit d'un fait divers. En effet, l'événement en lui-même (la mort de Doona, étudiante transgenre) est présenté avant tout comme la cause des nombreux « rassemblements (qui) ont lieu ce lundi à Aix, Angers, Lille... mardi à Grenoble, Lyon, Metz, Nice, Rennes... mercredi, à Brest, jeudi, à Amiens, Limoges ».

L'article, après un premier paragraphe qui revient sur les faits principaux (le suicide, la communication sur les réseaux sociaux et les mobilisations en elles-mêmes), en opposant deux « camps », celui du Crous et du Rectorat Occitanie représentée par les propos rapportés de sa Rectrice et celui des jeunes LGBT+ relayé par les paroles de Mira « 'meuf trans aussi' de 19 ans » et « Lola Klinks 20 ans ». Le nœud de la confrontation réside dans les raisons invoquées par Doona sur les réseaux sociaux peu de temps avant son passage à l'acte, à savoir ses échanges avec le Crous concernant son logement et « un ultimatum » que celui-ci lui aurait posé. La discrimination, contrairement aux apparences

(titraillle, résumé, intertitres) est certes souligné, mais le rapport entre précarité et discrimination n'est pas fait directement par l'article, hors propos cités. Ce lien est fait à travers les propos de Mira qui veut « faire le pont entre la précarité et la transphobie », mais la journaliste reste à distance par l'emploi du discours direct.

L'évocation des discriminations de genre se manifeste uniquement dans les discours des jeunes femmes interrogées quand la rectrice répond aux accusations en évoquant le thème de la précarité et de la détresse psychologique de Doona (« depuis qu'elle n'allait pas bien »), sans faire de lien avec la transphobie. Ces discriminations semblent donc être – volontairement ou non, l'article ne le dit pas – « mises de côté » par l'administration alors que celles-ci sont au cœur des discours portées par les jeunes militantes dans cette affaire.

Dans cet article écrit par une journaliste, les discours d'autorité sont portés par des femmes, soit en faisant partager leur expérience personnelle (Mira et Lola) et comme porte-parole d'un collectif LGBTI (Mira), soit comme porte-parole d'une autorité administrative (la rectrice). Le reportage met clairement en évidence des problèmes touchant à l'inégalité entre les genres, mais ne propose pas de réelle analyse sur la question de la transphobie subie par ces jeunes étudiant.es, préférant porter la focale en conclusion sur le thème de la précarité : « Et des engagements contre la précarité étudiante, espèrent aussi les syndicats. »

Isabelle Hare

#### **Source : Presse Libération**

**Titre :** Technologie, économie et politique : le trio gagnant pour exclure les femmes

L'article étudié est publié dans un journal *Libération*, avec une ligne éditoriale de gauche, ouvert aux questions de genre et au féminisme (une newsletter L. sur les questions de genre, féminisme et sexualités rédigée par la rédaction a d'ailleurs été créée en 2019). Les articles étudiés quantitativement font en général un effort de féminisation de la langue sans toutefois que l'on ait pu déceler une politique unifiée de la rédaction.

Et pourtant, le dossier principal du jour est presque caricatural en matière de reproduction des stéréotypes de genre. Il consacre à l'arrivée de



la 5G en France sous l'angle du rapport de la gauche au progrès technique. Il fait l'objet de quasiment toute la « Une » avec un montage de Jaurès tenant un téléphone portable sur fond rouge et de 5 pages entières dans le journal. Le premier article « Le progrès, casse-tête de la gauche » couvre plus de deux pages entières (p. 2-4) illustrées par deux grandes photographies. Il est rédigé par deux femmes journalistes. Rappelant les accusations de conservatisme technologique concernant la 5G faites à la gauche par le président Emmanuel Macron, l'article analyse les rapports historiques et actuels de la gauche à l'innovation technologique. A la croisée de l'économie, de la technique et de la politique, trois domaines particulièrement construits sociologiquement comme masculins, l'article exclut totalement les femmes de l'analyse. Constitué presque exclusivement à partir de discours de personnalités du monde politique et d'experts, treize personnes citées directement, il ne donne la parole à aucune femme. Pire, la seule femme évoquée, une femme politique écologiste, l'est péjorativement dans la bouche d'un camarade de son parti « Il a beau répéter que les écolos sont pour la vaccination, les propos polémiques de sa collègue EE-LV Michèle Rivasi leur collent à la peau » (p. 4).

Cette exclusion des femmes (aucune femme politique ou experte interrogées) est d'autant plus étonnante que les photographies qui illustrent l'article prises lors d'une manifestation contre la 5G à Lyon et d'une marche pour le climat à Tours, toutes deux le 19 septembre 2020, montrent des femmes au premier plan dans les deux cas. Cela démontre, s'il était nécessaire, l'implication des femmes sur les questions écologiques. Outre les manifestantes, les militantes des partis ou des associations, la ministre de l'écologie au moment où est rédigé l'article est une femme de gauche : Barbara Pompili. De tout cela rien ne transparaît dans l'écriture : la question des rapports entre gauche et technologie est discutée entre hommes.

Comment expliquer un tel constat dans un journal pourtant réputé ouvert aux questions de genre et de féminisme ? Dans un article écrit pas deux femmes ? Il semblerait que le genre journalistique de l'article d'analyse fondé sur la multiplication des experts et des commentateurs favorise particulièrement la reproduction inconsciente des inégalités dans les champs

convoqués. En politique, sur les questions technologiques et en histoire de la gauche, les hommes dominent. Les femmes ont-elles été recherchées ? Ont-elles décliné ? En tout cas, sans effort conscient pour rééquilibrer la place des expertes, il est tentant de se tourner vers les hommes qui détiennent l'autorité dans leur domaine. Or dans un cercle vicieux, cette autorité est justement renforcée par la médiatisation récurrente dont ils bénéficient.

Bibia Pavard

### Source : Internet : L'Obs

**Titre :** « Pourquoi les français plébiscitent la « tenue républicaine » à l'école » ([URL](#))

**Légende de la photo :** Un groupe de lycéen.ne.s pris devant un établissement pose d'emblée le cadre dans lequel s'inscrit le reportage qui rend compte d'un sondage IFOP autour de « la tenue républicaine » que doivent ou non adopter les jeunes filles.

### Analyse

Ce reportage se donne pour ambition d'exposer les résultats de l'enquête autour de « la tenue républicaine », menée par l'institut Ifop auprès de jeunes lycéen.ne.s du 18 au 21 septembre auprès d'un échantillon de 2027 personnes et publiée le 25 septembre dans le journal *Marianne*. La question débattue s'inscrit dans la continuité de l'allocution de Jean-Michel Blanquer qui avance le premier l'expression à haute teneur axiologique et politique de « tenue républicaine ».

S'il peut paraître déroutant qu'une telle question puisse encore circuler dans l'espace social et médiatique des lycéennes – à travers les réseaux socio-numériques où le débat a été massivement relayé, il n'en révèle pas moins la forte permanence de stéréotypes liés au genre féminin et à ses tenues vestimentaires. Le milieu scolaire où la question est débattue n'est qu'un prétexte, on le perçoit aisément, à « rediscipliner » les jeunes filles au nom d'un « bon sens » dont on questionne la légitimité et le fondement politique.

Le reportage met ainsi en exergue des représentations liées au genre féminin et à ses apparences vestimentaires soumises à des injonctions de neutralité du corps. Ne pas donner à voir les attributs féminins, neutraliser les saillances sexuelles du corps féminin, voilà ce qui

semble gouverner les manières de faire adoptées par la majeure partie des lycéennes qui ont, semble-t-il, naturalisé le caractère dominant du regard de leurs camarades masculins.

Face à ces « pulsions prohibitionnistes » dont rend compte ce sondage, subsistent néanmoins quelques résistances qui remettent clairement en cause l'appréhension binaire des genres matérialisés à travers les vestiaires dont il est question. Ainsi en est-il du mouvement de protestation du 14 septembre (#lundi 14 septembre) qui lance un appel aux tenues provocantes, en réponse à la « tenue républicaine » proposée par Jean-Michel Blanquer.

Néanmoins, le reportage montre la pregnance du mouvement d'auto-censure vestimentaire massivement adopté par les jeunes filles – le journaliste utilise à cet égard le terme féminisé de « censrises » - y compris par les femmes plus âgées, quelle que soit leur classe socio-professionnelle et leur milieu d'origine, même s'il révèle quelques variations chez les ultra-urbaines, appartenant à un électorat plus à gauche et écologiste.

Le journaliste pose alors la question de la tenue vestimentaire des jeunes hommes au lycée et fait le constat qu'une plus grande liberté leur est donnée concernant la mise en valeur de leurs attributs sexuels.

En découle ainsi une nouvelle fois la permanence de la domination masculine à travers le regard que les figures masculines d'hommes portent sur le corps des femmes : la tenue vestimentaire se fait le lieu où s'exerce également ce rapport de domination.

La conclusion du reportage se fait elle-même le creuset de l'idée consensuelle d'un « bon sens » qu'il serait de bon ton d'adopter pour les jeunes lycéennes, en vertu de « normes politiques et sociales » qui loin de subvertir les stéréotypes de genre *via* les apparences vestimentaires, légitimerait la neutralisation du genre féminin, redessinant *in fine* les contours de la domination masculine.

Rym Kireche et Maguette Ndèye Gueye

**Source : TV - France 3 Édition Nationale**

**Titre :** Mort de Victorine. Le choc et les questions

**Analyse**

Ce reportage nous a paru pertinent pour une analyse un peu plus poussée, car il montre bien comment, encore aujourd'hui, les femmes sont présentées en victimes dans la sphère médiatique.

Ici, il s'agit d'une jeune fille, Victorine, qui a disparu dans l'Isère, lors de son retour à son domicile. Ses amies sont interviewées, ainsi que des passants, et la caméra suit ce qui semble être les fouilles de la police.

Victorine était, au vu des photos présentées à l'écran, un modèle de féminité (cheveux longs, boucles d'oreilles, maquillage, sac à main, etc.) Ses amies, éplorées, la décrivent comme une fille à qui cela n'aurait pas dû arriver, une fille « qui ne sortait pas, rentrait directement chez elle », une fille bien, somme toute, qui ne méritait pas de disparaître – faut-il comprendre que les filles qui sortent le méritent, elles ? Un passant insiste sur le fait que, sur son trajet, une partie du chemin n'était pas éclairée.

Le décès de Victorine est tragique, c'est un fait. Mais ce qui nous interpelle, c'est la différence de représentations entre les femmes et les hommes dans ce reportage. Les femmes sont des civiles, des proches qui témoignent, les hommes, eux, sont des policiers, des experts, des militaires en uniformes, sauveurs et protecteurs.

Les propos relayés par ce reportage confortent le stéréotype selon lequel les femmes sont en danger lorsqu'elles sortent la nuit, que l'espace public n'est pas sûr pour elles, même si ce sont des « filles bien ». Il est regrettable qu'au lieu d'adresser un réel problème d'agressions misogynes et de féminicides, France 3 préfère entretenir le mythe du Petit Chaperon Rouge.

Delphine Dupré, Sarah Lécossais

**Source : TV - Arte**

**Titre :** La pandémie de Covid 19 : un révélateur des tensions et des ambivalences de la société égyptienne

**Analyse :**

Le reportage n°5 du journal télévisé d'Arte traite des conséquences sociales et économiques de la pandémie de Covid-19 à travers le portrait d'une famille égyptienne précarisée. Les représentations des identités et rapports de genre proposées dans ce reportage se révèlent contrastées. Ce reportage

met en scène un homme égyptien « père de famille » qui s'occupe des courses et de la gestion financière du foyer, reconduisant ainsi les stéréotypes de genre relatifs à l'argent. Malgré son statut de chef de famille, son déclassement est clairement mis en exergue. Il correspond à la fois à une figure traditionnelle de père de famille et de masculinité fragilisée par la précarité à laquelle il est confronté.

Son épouse prend la parole brièvement mais n'est pas clairement identifiée. Le reportage reproduit ainsi les stéréotypes qui associent le masculin à l'extérieur et le féminin à l'espace domestique. En effet, le père de famille est filmé dans la rue et dans des espaces vastes, alors que son épouse est interrogée à ses côtés dans une pièce sombre au sein de leur domicile.

Le reportage s'écarte des stéréotypes de genre dans la mesure où une économiste égyptienne, s'exprimant en arabe, est interrogée en tant qu'experte. Cette dernière ne porte pas les mêmes marqueurs de féminité que la mère de famille : elle ne porte pas de voile, arbore un rouge à lèvres vif et s'exprime de manière affirmée sur une thématique (l'économie) associée de manière arbitraire au genre masculin. Ce reportage met ainsi en scène les tensions et les ambivalences de la société égyptienne.

Delphine Dupré et Sarah Lécossais

**Source : TV - M6**

**Titre :** Les photos de classe en temps de Covid

**Analyse :**

Le reportage vient renforcer les stéréotypes de genre en montrant des jeunes filles systématiquement objectivées, invitées à prendre la pose face à la caméra du photographe. Même si des jeunes hommes apparaissent également photographiés, ce sont ces derniers qui sont interviewés, deux d'entre eux le sont alors qu'aucune des filles ne l'est. On note une proposition à peu près d'individu.e.s jeunes femmes et jeunes hommes apparaissant à l'image, mais il apparaît un traitement de genre différencié assez net. Le photographe invite une élève à faire un « sourire top model internationale ». Les filles apparaissent davantage au moment de la prise de vue et les garçons sont plutôt montrés en

mouvement, en s'installant pour la photo.

L'ensemble des intervenants (élèves, adultes) est systématiquement masculin et blanc (et unanimement). A l'image une femme apparaît dans une équipe de technicien.ne.s traitant les images mais ne fait pas partie des gens interrogés.

Marie-Pierre Huillet et Fanny Mazzone

**Source : Radio – France Culture**

**Titre :** La guerre dans le Haut-Karabagh (Billet du correspondant de Radio France à Moscou)

**Analyse**

Billet géopolitique sur la situation du Haut-Karabagh et focus sur la politique interne en Azerbaïdjan et sur le président actuel Ilham Aliyev. Le journaliste Claude Bruillot dit à la toute fin de son billet : "Ilham Aliyev, un président azéris qui serait donc tellement peu sûr de son pouvoir qu'il a nommé à ses côtés son épouse comme vice-présidente".

Le journaliste, un homme blanc, ne donne pas le nom de la vice-présidente de l'Azerbaïdjan, mais il utilise sa position dans la famille (elle est "épouse de") pour la qualifier. Par ailleurs, le journaliste insinue que cette femme, Mehriban Aliyeva, aurait obtenu son poste de vice-présidente uniquement parce qu'elle est l'épouse du président et parce que le président azéris n'avait pas d'autres choix. Cette femme apparaît comme la solution de dernier secours, la dernière carte à jouer pour cet homme politique. Les potentielles compétences et les raisons objectives qui ont pu conduire Mehriban Aliyeva à obtenir ce poste sont invisibilisées. Par ailleurs, le terme "tellement peu sûr de son pouvoir" renvoie à l'idée que la femme serait un moyen de se rassurer, de se donner confiance ce qui renvoie au stéréotype de la femme maternante. Pour conclure, Mehriban Aliyeva est représentée dans les rôles stéréotypés d'épouse, de femme qui rassure et de femme incompétente qui est au pouvoir uniquement parce qu'elle est l'épouse d'un homme puissant.

Laure Beaulieu

**Source :** Twitter - @lefigaro

**Titre :** Le paris d'Hidalgo : enlaidissement, déstructuration, chaos #FigaroVox

**Photo :** Anne Hidalgo

### Analyse

Sans que l'on ne comprenne de quoi il en retourne dans l'article lié au tweet (en réalité une tribune réactionnaire sur le mauvais goût et la fin de la fin du patrimoine à Paris), le tweet lui-même a de quoi intriguer :

- le titre annonce la dégradation du patrimoine de la ville de Paris et illustre cette dégradation non pas en la montrant explicitement, mais en mettant un portrait de la maire, A. Hidalgo.

- les termes employés pour qualifier en principe la dégradation "enlaidissement, déstructuration, chaos" sont accolés au portrait d'Hidalgo, du fait de l'exiguïté native d'un tweet. Notons que parler de "déstructuration" au lieu de dégradation n'a pas de raison claire, alors qu'il a un sens immédiatement politique, une fois qu'il est associé à "chaos". On ne sait donc pas si c'est la ville, sa gestion, ou bien encore la personne même dont le portrait illustre le tweet qui est visée... Mais l'image "qui reste" c'est le visage d'Hidalgo associé à "chaos". Le fait que Hidalgo soit une femme d'origine méditerranéenne, dans la soixantaine, au maquillage contrasté de khôl noir, et dont on met visuellement en avant la mâchoire plutôt que le visage, ajoute peut-être des éléments qui viennent nourrir, pour un lectorat fantasmant la blondeur, la jeunesse et la chrétienté de la France, une impression de démolition-déstructuration... - il faut regarder la photographie alors : Hidalgo est vue en légère contre-plongée (est-elle à une tribune ?), en train de regarder sur sa gauche, hors-champ, quelqu'un ou quelque chose. Elle est montrée comme observatrice, "aux aguets". Elle est vêtue d'une veste noire, et porte les cheveux longs et noirs aussi. L'image ne la montre donc pas du tout comme quelqu'un d'incapable qui laisserait place malgré elle au chaos, mais au contraire comme quelqu'un de calculateur, qui apporte programmatiquement ce chaos. Cette impression est d'autant plus logique que le titre du tweet repose sur l'homophonie de l'expression "Le Paris de Hidalgo", désignant tout autant la ville que le projet urbain.

Où est le sexisme ici ? Dans l'inutilité de l'illustration du tweet. On ne comprend ce geste comme sexiste dès lors que l'on ouvre le lien vers l'article, dont la première image est tout simplement celle d'un chantier avec, en fond, la tour Eiffel. Le tweet est pris par les responsables du compte du figaro comme l'occasion de montrer combien Hidalgo est maléfique, et combien ils désirent la voir quitter son siège de maire.

Fred Pailler

### Source : Radio – France Culture

**Titre :** Les révélations du New York Times sur la gestion de sa richesse par Donald Trump dans le cadre de la campagne présidentielle (Revue de presse internationale)

### Analyse

Le *New York Times* révèle que Donald Trump gère très mal ses affaires, qu'il est un très mauvais businessman contrairement à l'image médiatique qu'il s'est construit, et que ce sont les émissions de télé-réalité qui lui ont permis de gagner de l'argent ces dernières années. Camille Magnard : "Une réflexion aussi sur cette soi-disant réalité que nous vend la télé-réalité ; sur la gloire qu'elle crée, unique richesse de ceux qui lui doivent tout, mais qui permet aujourd'hui d'accéder jusqu'au sommet. Donald Trump ne serait donc rien d'autres qu'un pionnier montrant la voie aux Paris Hilton et Kim Kardashian d'aujourd'hui. Vous allez voir que ça va leur donner des idées à ces deux-là pour 2024."

Les deux femmes évoquées ici par un journaliste blanc sont renvoyées au stéréotype de la femme idiote et potiche qui ne peut rien faire d'autres que vendre son corps / image dans le cadre d'une émission de télé-réalité pour devenir célèbre. On peut noter ici, au-delà des stéréotypes de genre, des stéréotypes renvoyant à la classe sociale et à la détention de capital culturel. Le journaliste oppose implicitement ceux et celles qui "savent" à ceux et celles qui sont "ignorant.es", dépourvu.es de capital culturel, et qui se "vautrent" dans le vulgaire et le sale (ici représenté par la télé-réalité). Par ailleurs, le journaliste insinue que malgré leur supposée bêtise, ces femmes pourraient penser à devenir présidente des États-Unis. Pour les qualifier, il utilise le pronom "ces deux-là", péjoratif et classiste dans ce contexte. Ces deux femmes sont ainsi infantilisées et renvoyées au

stéréotype de femmes idiotes qui ne savent pas ce qu'elles font. Avec l'expression «aux Paris Hilton et Kim Kardashian d'aujourd'hui», elles sont intégrées à une masse d'individus ignares, stupides et indifférenciés ce qui les disqualifie.

Laure Beaulieu

## 2- Stéréotype subtil

**Source : Presse Le Dauphiné Libéré (quotidien régional français)**

**Titre :** deux titres renvoient à l'article étudié ; en Une, « CFA : révélateur de talents » puis à la page 3, « Au CFA de Groisy, on fait grandir les talents de demain ».

**Photo :** Une photo d'apprentis cuisiniers dans le laboratoire du CFA en Une (1/9 de la page).

En page 3, plusieurs photos illustrent l'article : une photo « principale » (A) en haut de l'article, montrant un autre apprenti travaillant en cuisine, puis deux autres vignettes plus petites (B et C), qui représentent le portrait des deux apprentis interviewés.

Il est notable qu'aucune de ces photos ne représente des jeunes femmes apprenties, ou des groupes mixtes, alors que le texte mentionne une grande pluralité de formations au CFA à des métiers exercés par des hommes et des femmes : « Métiers de bouche (chocolatiers, traiteurs), de la restauration (cuisiniers, service, ...) mais aussi fleuristes et pharmacie, voilà ce qu'on apprend au CFA ».

Cet article est remarquable dans le sens où il produit à la fois un stéréotype subtil car seule une phrase dans l'article (rien dans les deux interviews ou les illustrations photographiques) évoque la présence et le travail de jeunes femmes apprenties. En effet, parmi les apprentis cités comme ayant réussi dans le métier, deux d'entre elles sont évoquées succinctement : « Meilleure apprentie de France pour Mathilde Missilier en fleuristerie, meilleure apprentie sommelière du Sud-Ouest pour Marie Wodecki pour les plus récents ».

Selon nous, le texte constitue également une occasion manquée de traiter des stéréotypes de genre inhérents à certaines professions auxquelles forment le CFA (cuisinier, pâtissier, boulanger pour les femmes mais aussi fleuristes pour les

hommes) aussi bien au niveau du déséquilibre des promotions (domination d'un genre sur l'autre) que des imaginaires véhiculés par ces métiers. Aux hommes, les métiers de bouche et aux femmes, les fleurs ! De la même manière, l'article passe complètement sous silence certaines informations parues ces derniers mois dans les médias, évoquant des discriminations de genre et des violences sexuelles dans certaines cuisines.

L'article propose enfin un développement très factuel, les interviews évoquent les histoires de vie des apprentis du CFA et présentent la formation comme une planche de salut pour des jeunes perdus dans l'enseignement général : « 'Cela ne se passait pas bien. J'ai tout lâché, ce n'était pas ce qui me fallait. (...) et j'ai attaqué ma formation au CFA en septembre.' Un vrai coup de chance, assure Matéo, qui cette fois ne laissera pas passer sa chance ». Mais il passe à côté d'un angle de traitement qui aurait pu questionner les inégalités de genre dans certains métiers et formations.

Isabelle Hare

**Source : Internet LePoint**

**Titre : Marine Le Pen veut être une femme comme les autres**

**Analyse :**

L'article présente assez généreusement la nouvelle stratégie de communication de Marine Le Pen (ci-après MLP) dans le cadre de sa campagne aux présidentielles de 2022. L'essentiel de cette stratégie repose sur un réinvestissement par la candidate des stéréotypes de la femme « normale » pour la rendre plus familière aux yeux des français.

De ce fait, l'article repose sur une axiologie qui oppose l'image que les français ont de MLP actuellement (« inquiétante », etc.) à la « normalité » de la candidate (« simple, décontractée, souriante, bref, normale ! »), qui sous-entendrait qu'une femme qui ne correspondrait pas à « une femme normale » serait donc menaçante, inquiétante, bref, dangereuse. Ce qui est un intéressant présupposé.

Une autre dynamique de l'article est de faire « en même temps » une forme d'apologie de la candidate et de son équipe de campagne, en leur laissant une large place dans les citations – même si on remarque que les conseillers sont plus

souvent cités que MLP elle-même, tout en montrant les rouages factices de cette stratégie. C'est d'ailleurs ce qu'évoque l'image d'illustration de l'article : elle met en scène MLP dans différentes activités : en train de caresser un chat, un cheval, d'arroser les plantes, sous le regard d'un photographe. On perçoit très bien l'aspect factice, la mise en scène, qu'on retrouve aussi dans le récit de l'interview, où l'intervieweuse est un clair adjuvant au service de ce récit de la « normalité » de MLP. Les conseillers sont d'ailleurs dépeints dans une position presque militante : « Je mène un combat quotidien contre les photos parfois monstrueuses qu'on trouvait dans le passé ».

On remarquera que les activités qui sont dépeintes ici : s'occuper des animaux (en particulier de chevaux), le jardinage, sont plutôt vues comme des activités féminines. Il existe de nombreux jeux vidéo pour petites filles avec pour thème l'équitation, par exemple, de même avec le jardinage, puisque les fleurs sont associées également au féminin de longue date. On insiste sur des activités très classiques, il ne manque que la cuisine.

Le portrait qui est fait de la candidate dans l'émission insiste sur les clichés et nous font mieux comprendre ce qu'est « une femme normale » : « 'On commence par votre photo portrait', lui glisse l'intervieweuse dans un sourire, avant de dérouler pendant quarante-cinq minutes des considérations sur la couleur des yeux de la quinquagénaire - qui sont passés avec le temps du bleu au vert ». Quarante-cinq minutes sur donc l'apparence de la candidate. Un mouvement connu dans le journalisme où il est courant qu'on commente davantage l'apparence des femmes. Un rappel également aux nombreuses injonctions qui pèsent sur les femmes et leur apparence. On remarque la même attention faite à l'apparence de la part de l'attachée de presse

On remarquera aussi la place que prend la famille dans l'article : un paragraphe entier est consacré aux atermoiements de MLP quant à prendre ou non une photo de famille pour asseoir son image de mère de famille, et on a cette intéressante citation de MLP : « Il y a un temps pour faire la fête, pour être insouciant, un temps pour faire des enfants et les élever, puis un temps pour s'occuper un peu plus de soi. C'est ce qu'on fait, nous, souvent, les femmes » qui fait entrer la vie de

famille dans le cycle « naturel » d'une vie de femme.

Dernier volet très intéressant de ce parcours de la candidate dans les stéréotypes féminins pour mieux se faire accepter, l'évocation de ce tract de campagne : « imprimé à 4 millions d'exemplaires et calqué sur le modèle des magazines féminins. Une photo de Marine Le Pen, un sourire, et ce titre : 'Je veux défendre les femmes françaises', comme s'il s'agissait d'une couverture d'Elle. » On soulignera donc que pour parler aux françaises de politique, il fallait prendre les atours d'un magazine féminin, comme si elles n'étaient pas susceptibles de s'intéresser à autre chose. On notera aussi ce titre, qui sonne comme un slogan féministe, alors même que le programme de la candidate laisse peu de place à la progression des droits des femmes (en dehors des chatons, de la famille et de la maison, s'entend).

Au final, cet article, qui cite beaucoup d'experts masculins, à l'exception de l'historienne –dont c'est le sujet de recherche, ce qui aurait pu être précisé, vient, pour entretenir la campagne de MLP (car l'article est largement vu du point de vue de l'équipe de campagne, et donc place la candidate dans une position de victime de son image « inquiétante), placer cette dernière dans une performance presque caricaturale des clichés de la femme au foyer « inoffensive ». Ce qui a pour effet d'entretenir ces stéréotypes, tout en offrant une large audience à la politicienne d'extrême droite.

Oriane Piquer-Louis

### **Source : TV - Martinique La Première**

**Titre :** Suite procès militant pour diffamation. Une justice post-coloniale ?

### **Analyse :**

Le reportage intitulé « suite procès militant pour diffamation » soulève des questions ethniques liées à la question raciale : il met en scène le procès de Willem, présenté comme un « gilet jaune » en Martinique qui a fait une vidéo dénonçant les violences policières. De vives tensions sont palpables dans la salle d'audience et nécessitent une évacuation. Un des avocats de Willem (Maitre Alex Ursulet : un noir) dénonce la monopolisation des plus hautes instances juridiques (président du tribunal, juges, procureur, directeur de la police et

de la DPTT par des blancs, tandis que l'ensemble des personnes jugées en Martinique sont noires. Bien qu'il ne précise pas explicitement s'il s'agit d'hommes ou de femmes, l'ensemble des personnalités sont évoquées comme s'il s'agissait uniquement d'hommes, ou a minima à l'aide d'un langage non inclusif. La justice, dit-il, ne juge pas de la même manière les blancs et les noirs. Les blancs ne sont pas jugés sur place mais envoyés à Paris. Cette inégalité de traitement est héritée du passé colonial (selon l'avocat). Le policier suspecté de violences, et plus particulièrement accusé de violences à l'égard des femmes, est pour sa part défendu par Maître Muriel Renard-Légrand : une femme noire. Signalons également, dans la suite du JT, un reportage sur le carnaval, où figure une majorité de femmes dénudées, en performance de travail, ainsi que quelques hommes torse-nu. Ainsi qu'un reportage sur la photographe Sarah Moon, présentée comme « la plus mystérieuses des 'femmes photographes' ».

David Doukhan et Jessica Benonie-Soler

**Source :** TV Reportage JT France 2 (20H)

**Titre :** Mesures de soutien pour les EHPAD

**Analyse :**

Le reportage, réalisé par deux femmes, porte sur la situation dans les EHPAD en France et sur les mesures prises par le gouvernement afin de soutenir ces structures (1,4 milliards d'euros prévus) pendant la pandémie de COVID-19. Pour cela, il s'intéresse de près au quotidien d'un EHPAD situé à Caen et se focalise sur les conditions d'emploi au sein de ces établissements, pour lesquels le recrutement de nouveaux.les salarié.es ainsi que le maintien du personnel existant sont devenus de plus en plus problématiques.

Le contexte pandémique ayant fait émerger, dès le mois de mars 2020, la division genrée du travail d'assistance aux personnes âgées, il aurait été souhaitable que le reportage souligne davantage le fait que des femmes assurent prioritairement ce type de soins. Or, il n'en est rien. Initialement centré autour de la figure du directeur de la structure, qui déplore le manque de personnel, le reportage présente ensuite quatre femmes travaillant dans la résidence, sans jamais expliciter les enjeux liés à la dimension éminemment « féminine » de ce métier. La propension

faussement naturelle et, en réalité, socialement construite des femmes à exercer des professions liées au *care* n'est pas remise en question ; au contraire, elle semble implicitement confirmée par le reportage. En effet, ce dernier évoque, entre autres, le cas d'une infirmière retraitée de 70 ans qui intervient *bénévolement* dans la structure (afin de remplacer une collègue) et celui d'une autre femme présentée par la voix off comme une « aide-soignante par vocation ». La dimension professionnelle des tâches accomplies par les salariées semble évacuée au profit d'une vision « sacrificielle » du métier, appuyée non seulement par l'expression « par vocation », mais aussi par les mots d'une infirmière disant qu'il s'agit d'« un métier très dur, qui use physiquement et psychologiquement ». De manière équivalente, la non-attractivité du travail en EHPAD, notamment pour les jeunes, n'est jamais problématisée ni appréhendée à travers la focale du genre.

Dès le mois de mars 2020, on a observé une invisibilisation médiatique des femmes exerçant des métiers liés aux soins ; ainsi, il est regrettable que ce reportage – réalisé en septembre – ait évacué la dimension genrée de ce travail et, par conséquent, toutes les problématiques qui en découlent (rémunération, accès, formation, etc.).

Giuseppina Sapio & Ludovica Tua

### 3- Occasion manquée

**Source :** Presse- Aujourd'hui en France

**Titre :** « Nous serons le premier recruteur de France en 2021 »

**Photo :** portrait de Florence Parly répondant aux questions du journaliste dans son bureau

**Légende de la photo :** « Paris, samedi. « Au total et en accumulé, les armées disposent de 18 milliards d'euros de plus qu'elles n'en avaient en 2017 » indique Florence Parly »

**Analyse**

L'article occupe la moitié de la page 6 du quotidien *Aujourd'hui en France*. Il s'agit d'une interview de la ministre des Armées, madame Florence Parly, par le journaliste Henri Vernet. La ministre annonce le budget en hausse de son ministère, qu'elle

présente comme le premier recruteur de France. Dans ses propos, madame Parly insiste sur les embauches de jeunes.

Cette interview est un cas typique d'occasion manquée pour élargir la représentation positive des femmes dans la presse quotidienne. L'occasion est manquée par le journaliste dans le traitement réservé à la ministre, et par la ministre elle-même lorsqu'elle parle de la jeunesse. En chapeau de l'article, le titre de madame Parly est juxtaposé à son nom (« Florence Parly, ministre des Armées ») dans une formulation qui évite de féminiser la fonction ministérielle. Il est d'autant plus regrettable que cette occasion ait été manquée que le ministère des Armées ne fait pas partie des charges les plus couramment confiées à des femmes au sein du gouvernement français. Dans la suite de l'article, le journaliste ne saisit pas d'autre occasion de désigner la ministre comme femme et elle-même ne se positionne jamais en termes de genre.

Le second volet d'occasions manquées est encore plus flagrant car il contraste avec l'évolution des campagnes de recrutement des Armées en France. Que ce soit dans les affichages urbains ou dans les annonces de presse, le secteur de la Défense prend aujourd'hui soin d'inclure les femmes dans le vivier des recrutements potentiels. Les dernières campagnes de recrutement de l'Armée de Terre mettent ainsi en scène des jeunes femmes, souvent racialisées, y compris les armes à la main. Or, lorsqu'elle parle de ces recrues, la ministre n'utilise que le masculin : « Nous serons le premier recruteur de France en 2021, nous embaucherons 26700 jeunes, certains très qualifiés, d'autres sans qualification. C'est un record. Et en période de ralentissement économique, c'est essentiel. Par ailleurs, il y aura trois cents créations de postes, fléchés sur nos priorités. Le profil recherché est essentiellement celui de diplômés de sciences politiques, d'ingénieurs et de geeks, mais aussi de jeunes aux parcours très différents. » A l'heure où les formations d'enseignement supérieur, en particulier les écoles d'ingénieur.e.s, s'efforcent de diversifier leurs recrutements en s'ouvrant aux jeunes filles, cet exclusif masculin dans les propos de la ministre est particulièrement regrettable. Pour le secteur des sciences politiques, c'est encore plus frappant puisque l'usage du masculin revient à sous-entendre que les Armées vont privilégier les candidatures de garçons, minoritaires dans ces formations.

Dans le fil de cette interview de présentation d'une politique ministérielle, le journaliste tout autant que la ministre passent donc à côté d'une facile valorisation de la place des femmes dans le secteur de la Défense.

Claire Blandin

### **Source : Presse – Le Progrès**

**Titre :** Victorine avait 18 ans

**Photo :** La Une montre deux plongeurs de la gendarmerie dans un ruisseau ; dans le coin haut-droit de la photo est incrusté un petit médaillon, montrant le visage de la jeune femme victime d'homicide.

Photo 1 de la page 10 : une photo de groupe, montrant deux plongeurs et trois technicien·nes en identification criminelle de la Gendarmerie, parmi lesquelles on distingue une femme, de dos, identifiable comme femme du fait de ses cheveux bouclés attachés en chignon.

Photo 2 de la page 10 : photo du point presse de la procureure de la République et des chefs policiers ; 4 personnes d'autorité au premier rang desquelles la Procureure, dont la fonction est indiquée au féminin.

### **Légendes :**

Photo de Une : « Les plongeurs de la gendarmerie nationale ont retrouvé le corps de la jeune fille immergé dans un ruisseau à Villefontaine. Une enquête est ouverte pour enlèvement, séquestration et homicide volontaire. »

Photo 1 de la page 10 : « Section de recherche, brigade, plongeurs, techniciens en identification criminelle : près de 130 gendarmes ont été mobilisés pour les recherches et l'enquête. »

Photo 2 de la page 10 : « En fin de journée ce lundi, Audrey Quey, procureure de la République de Vienne, a tenu une conférence de presse, à Villefontaine. L'enquête en cours est ouverte pour enlèvement, séquestration et homicide volontaire. »

### **Analyse :**

Le long article qui commence en Une et se poursuit en pleine page intérieure remet partiellement en cause le stéréotype d'une représentation des femmes rarement montrée et citée en position d'autorité.



L'article traite longuement d'un fait-divers violent, dans lequel une jeune femme est la victime d'un crime violent. Il est à noter que la jeune femme, âgée de 18 ans, est désignée comme étant une « jeune fille », ce qui concourt à la placer dans le groupe des jeunes femmes victimes d'agressions et renforce le stéréotype des femmes à la merci de la violence (des hommes peut-être, mais l'article paraît avant que le ou la responsable du crime ne soit identifié·e).

La photo de la Une confronte par ailleurs, du fait de son montage, les hommes en position de sauvetage (les plongeurs de la gendarmerie nationale) et la jeune femme victime (qui sourit dans la photo médaillon).

Dans la page intérieure, cette construction des hommes qui sauvent les femmes victimes est redoublée par une photographie large, montrant à nouveau les sauveteurs et les technicien·nes de l'identification criminelle (en regard d'une photo plus large de la jeune victime, dans la page opposée – p.11). Dans cette photo du groupe de sauveteurs, pourtant, une femme peut être identifiée, de dos, dans le groupe des technicien·nes de l'identification criminelle. Pourtant ce groupe est désigné au masculin dans la légende et dans le texte ; il aurait probablement été possible de produire une photo permettant de reconnaître, non la technicienne en tant que personne identifiable, mais en tant que femme exerçant un métier plutôt attribué à la sphère des activités masculines. C'est donc une occasion manquée de défaire un stéréotype lié aux fonctions professionnelles exercées par les hommes et par les femmes.

L'article présente cependant une troisième photo, qui montre la conférence de presse tenue par LA procureure de la République, désignée par le nom de sa fonction au féminin, dans la légende comme dans le texte de l'article. Il y a ici un léger renversement de stéréotype car la procureure exerce ici une fonction qui la place en haut de la chaîne d'autorité déployée dans l'organisation de l'enquête ; c'est elle qui dirige l'action des gendarmes dont les responsables assis à côté d'elle dans la conférence de presse et également cités dans l'article. Non seulement, donc, c'est une femme qui est citée et montrée comme incarnant le pouvoir judiciaire, mais en plus sa fonction est bien donnée par une écriture inclusive. Les stéréotypes (d'écriture et d'identification de

l'autorité professionnelle des femmes) sont donc ici remis en cause, dans un article long, qui prend le temps de citer plusieurs fois cette femme procureure de la République, prenant en charge l'enquête sur une jeune femme victime.

Isabelle Garcin-Marrou

**Source :** Twitter - @franceinfo

**Titre :** Sondage Ifop sur la perception de la « tenue correcte » pour les lycéennes

**Texte :** « Un sondage de l'Ifop sur la « tenue correcte » des lycéennes accusé sur Twitter de sexualiser les jeunes filles »

**Analyse**

Le contexte : Ifop passe un sondage demandant à 2000 personnes ce qu'elles pensent des vêtements acceptables pour les adolescentes au lycée. Ce sondage et ses illustrations sont l'objet de vives polémiques sur leur caractère sexiste et sexualisant.

Dans ce tweet, Franceinfo relaye ces accusations. On note qu'ici, la rédaction choisit de ne pas se prononcer sur la question, mais plutôt de relayer les accusations, comme une citation : le sondage est "accusé sur Twitter" (de sexualiser les jeunes filles). Par ailleurs, les personnes portant cette accusation ne sont pas nommées, ni mêmes définies en tant que groupe : c'est une plateforme, en tant qu'espace de contestation qui est nommée ("sur Twitter"). Enfin, tout en relayant cette accusation, le tweet de Franceinfo relaye le sondage et les illustrations incriminées, qui présentent 3 bustes de jeunes filles à moitié dénudées et aux poitrines imposantes. Franceinfo ne se prononçant pas sur le caractère sexualisant ou non de ces images, l'illustration peut être interprétée de deux manières : d'un côté elle semble présentée ici comme "élément incriminé" (on montre ce sur quoi portent les accusations). Dans le même temps, elle contribue à relayer ces représentations sexualisées, sans se prononcer explicitement sur celles-ci.

Marion Coville

**Source : Presse- La Croix**

**Titre :** A Blois, la renaissance de la communauté juive

**Photo :** Une photo, montrant quatre hommes

**Légende de la photo :** Paul Lévy, président du consistoire israélite du Centre-Ouest, à Blois, le 4 septembre

### **Analyse**

L'article occupe une pleine page du quotidien (p. 20), inclut une photo, une infographie et propose une description détaillée de la situation des juifs pratiquants de la région de Blois.

L'article commence par la description de la situation d'une fidèle, « Mercédès Simon », « ancienne infirmière », une femme, identifiée par ses nom et prénom, plusieurs fois citées dans l'article, dont le quotidien rappelle les difficultés à pratiquer avant la fondation d'une communauté dans la région élargie de Blois et, plus largement, le sentiment d'isolement de la communauté juive blésoise avant cette fondation et les difficultés persistantes, notamment dans le fait de devoir louer des locaux faute d'une synagogue existante. La femme citée l'est à partir de son expérience personnelle mais elle ne l'est pas à partir d'une position d'autorité.

En regard de son témoignage personnel, l'article cite deux hommes, qui ont initié le projet de fondation d'une nouvelle communauté juive à Blois ; et ce sont ces hommes qui sont photographiés, ce qui contribue à leur conférer un statut d'autorité reposant, par ailleurs, sur le rappel pour l'un d'eux de son statut de « président du consistoire israélite du Centre-Ouest ». Alors que la religion juive a des femmes rabbins, nulle femme en position d'autorité n'apparaît dans l'article – ni dans le texte ni dans la photo – ce qui aurait pu contribuer à défaire le stéréotype des hommes en position d'autorité et des femmes en position de témoins d'une expérience ordinaire. L'occasion de défaire le stéréotype est donc ici manquée.

Isabelle Garcin-Marrou

**Source : TV - BFM-TV**

**Titre :** Les salles de sport en temps de Covid

### **Analyse :**

Notons, dans le reportage Covid (rubrique 6 de 5'2") sur les salles de sport (deuxième sujet, de 1'13", à l'intérieur de la rubrique) qu'un effort a pu être fait de la part du reporter pour interroger deux femmes (adhérentes de la salle, tranches d'âge code 3 et 4, pendant 4" chacune) et un métis (adhérent de la salle, âge codé 5, pendant 5"), sachant que le responsable était un blanc (âge codé 4, pendant 2 fois 14"). Mais comme on n'en voit pas d'autres à l'image, peut-être étaient-ce les seules personnes en présence. En fait, après quelques recherches, j'apprends que non seulement il y a plus de femmes que d'hommes pratiquantes fitness (sondage dont l'année n'était pas précisée) mais qu'il y a en France 400 salles de sport 100% femmes. Ainsi, on peut considérer que c'est une opportunité manquée : le reporter aurait pu faire son reportage dans une de ces salles 100% femmes.

Sur un plan plus global, le débat pendant la première demi-heure entre journalistes de plateau (trois hommes : Alain Duhamel, Laurent Neumann et le présentateur, Jean-Baptiste Bourcier, et une femme : Géraldine Muhlmann) est intéressant au regard des interruptions (« mantrruption »). On se propose d'étudier la chose, en comptabilisant à la seconde près chacune d'entre elles.

Le langage dit « inclusif » pourrait également faire l'objet d'une étude systématique en proposant d'introduire la notion de « généralisation au masculin », à savoir « les personnes (sur le plateau ou dans les reportages) utilisent-elles la généralisation au masculin, ou non ?

Nicole Pradalier et Dany Laur

**Source : Internet – Le Point**

**Photo :** Une photo d'un smartphone avec le logo de l'application Twitter en plein écran

**Légende de la photo :** L'ancien rédacteur en chef des "Inrocks" fait partie des journalistes qui ont été pointés du doigt dans l'affaire de la Ligue du Lol, l'année passée

### **Analyse :**

Cet article propose une interview dans le cadre de la sortie d'un livre écrit par David Doucet, ancien rédacteur en chef des Inrocks et licencié dans le

cadre de l'affaire dite de La Ligue du Lol. Cet article reprend les extraits de son interview accordée à l'Express, sans mettre en perspective ses dires. Cet article est signé par "LePoint.fr" et ne précise par le genre de l'auteur.e.

On peut regretter dans cet article que la.e journaliste ne prenne pas de distance par rapport à l'expérience de David Doucet et à sa définition de la "cancel culture". Il n'y a en effet aucun témoignage des personnes cyberharcélées durant cette période, et en particulier des femmes et des minorités. L'article reprend l'analogie que David Doucet fait de sa propre expérience avec la *cancel culture* avec celles d'autres victimes comme la chanteuse Mennel, rattrapée par des anciens tweets puis évincée du programme tv The Voice.

L'article se conclut par une mise en équivalence de l'expérience de David Doucet qu'il inscrit dans le sillage des mobilisations contre les violences faites aux femmes (#Metoo). Il insiste sur la nécessité de montrer aux victimes de la cancel culture qu'elles ne sont pas seules. Cette mise en équivalence des expériences n'est pas interrogée par la rédaction du Point.

Face à ce témoignage, *le Point* n'a pas proposé d'interview ou de droit de réponse ni aux Inrocks, ni aux victimes citées par David Doucet (Mennel, Julie Graziani, ou Philippe Caubère) ou ne prend le temps de préciser l'évolution de ces trois personnages dans leurs vies actuelles suite à leurs déboires médiatiques.

Cet article aurait pu être l'occasion pour le journal de confronter les paroles, les témoignages mais également d'interviewer des expert.es des mécanismes de viralité sur les réseaux sociaux et plus particulièrement Twitter, ou de relayer les nombreuses études sur la violence que subissent les femmes et les minorités sur ces réseaux sociaux. Enfin, cet article aurait pu servir de point de départ sur une analyse de la responsabilité et le poids des médias dans l'emballement médiatique de cette affaire, qui est brièvement évoqué en amont de l'article sans être développé davantage par la suite.

On assiste donc à un monologue de la part de David Doucet, dont les dires sont cités sans aucun angle critique.

Emma Gauthier

## Source : Internet – Médiapart

**Titre :** Le documentaire de David Dufresne vu par une "gilet jaune" victime

**Photo :** deux vidéos : 1/ Mélanie N'goyé-Gaham dans "Un pays qui se tient sage" : un extrait du documentaire où la femme "gilet jaune" explique selon elle les raisons de la violence d'État qu'elle a vécu. . 2/ un extrait de l'interview fait par le journaliste de Médiapart.

## Analyse

L'article met en avant Mélanie N'goyé-Gaham qui a participé activement aux manifestations du mouvement des gilets jaunes. Elle est présentée tantôt comme une victime tantôt comme un survivant de la violence policière, dans les premiers paragraphes de l'article. C'est dans un extrait du documentaire que l'analyse de Mélanie sur la violence policière est mise en valeur, mais cette analyse est un peu noyée par les paragraphes qui reviennent sur les violences subies, le moment où la police charge contre les manifestant.e.s. Il faut attendre le seizième paragraphe de l'article (sur vingt) pour que l'analyse de Mélanie sur la police et l'absence de conscience de classe de ses membres, soit présentée. Cette conscience de classe lui permet de réaliser des analyses éclairantes sur la domination sans être une "experte", c'est-à-dire quelqu'un du monde universitaire. C'est également vers la fin du texte que l'on connaît plus de détails sur Mélanie (elle pratique la boxe), que font d'elle une femme qui échappe un peu au stéréotype.

Pourtant, il s'agit là d'une occasion manquée car le journaliste n'a pas approfondi la réflexion de Mélanie pour mettre en avant un angle plus politique de la mobilisation des gilets jaunes. Il aurait pu mettre en valeur son expertise, sa réflexion sur la domination de classe, mais il a préféré négliger cet angle politique mis en lumière par la réflexion de la militante pour centrer l'article plutôt sur une description de violences et la figure d'une victime survivante, au lieu de celle de militante engagée. Certes, la figure de la victime survivante des violences d'État est plus empathique pour les lecteurs/lectrices que celle de la militante engagée, mais la victime parle de son cas, de son expérience, tandis que la militante propose une explication du phénomène. Si l'État a exercé sur Mélanie une domination de classe (les gilets jaunes fortement réprimés car ils mettaient

en cause l'ordre dominant), le journal exerce selon moi, une domination liée aux sexes de la locutrice car elle est plutôt renvoyée au statut de victime et de survivant. Or dans le récit de Mélanie on voit une femme *empowered* (*empoderada*). Donc Mélanie est victime d'une double domination exercée d'abord par l'État et ensuite par le journal.

Myriam Hernandez

#### **Source : Internet – Actu.fr**

**Titre :** Seine-et-Marne. Insertion sociale : Empreintes inaugure ses nouveaux locaux à Vaux-le-Pénil (Url)

**Photo :** Un groupe de 15 personnes masquées, blanches et non-blanches (semble-t-il 8 femmes et 7 hommes) pose en extérieur

**Légende de la photo :** Les salariés d'Empreintes dans leurs nouveaux locaux de Vaux-le-Pénil (c LaRep 77)

#### **Analyse**

La photo montre une petite majorité de femmes, et dans l'article, seuls des hommes sont interviewés (il y a 7 hommes sur la photo, et 4 sont interviewés dans l'article). Or, il s'agit d'un secteur (le social, le care), où il y a une majorité de femmes n'interviewe que des hommes.

Magali Guaresi

#### **Source : Radio – France Bleu Azur**

**Titre :** Ouverture d'une boutique d'échange de vêtements (entretien)

#### **Analyse**

Cette rubrique parle de l'ouverture par un couple d'une boutique d'échanges de vêtements à Nice. L'homme vient présenter le concept. Cette rubrique peut représenter un stéréotype flagrant car si la boutique a été ouverte par un couple, seul l'homme est présent en studio. Le présentateur explique que la femme « est à la maison avec bébé alors on leur fait coucou ». Il semble naturel pour les présentateurs que l'homme vienne présenter pendant que la femme s'occupe du bébé. Cependant, il s'agit aussi de la seule rubrique de

l'émission où une personne essaye d'être inclusive. En présentant sa boutique, il parle des « Niçois et Niçoises », précise que tout le monde peut venir pour refaire son dressing et celui de « sa femme ou son mari ».

Rémi Uro

#### **Source : Radio – France Bleu Azur**

**Titre :** Les entreprises de propreté en difficultés à cause du Covid-19 (reportage)

#### **Analyse**

Le reportage parle des difficultés dont souffre le secteur de la propreté en période d'épidémie de Covid-19. En effet, leurs clients habituels étant fermés ou travaillant au ralenti, les entreprises de propreté sont très impactées. Elles souhaiteraient profiter d'aides de l'État au même titre que le secteur du tourisme, de la restauration, etc.

Il s'agit de la seule rubrique présentée par une femme. Elle donne uniquement la parole à des représentants de la fédération des entreprises de propreté. Une fois son reportage fini, un présentateur précise que le secteur emploie 70 % de femmes avant de passer à autre chose. Les journalistes ont donc conscience que les problèmes liés à ces entreprises touchent particulièrement les femmes, mais aucune n'est invitée à s'exprimer.

Rémi Uro

#### **Source: Radio - BFM**

**Titre :** Chronique « La pépite »

#### **Analyse**

Lorraine Goumot reçoit Jean-Baptiste Mortier, PDG de Kley. C'est une entreprise qui propose des logements avec service pour étudiant·es dans des villes françaises.

Il s'agit d'une occasion manquée de visibiliser les femmes et aussi de traiter les questions de genre sous l'angle des sexospécificités et de la mixité dans des espaces de vie partagés. La cible commerciale est envisagée ici comme un groupe social homogène désigné systématiquement comme « le jeune », « les étudiants » ou

« l'étudiant ». Exemple de formulation : « Le jeune d'aujourd'hui il est communautaire, il est participatif [...] il a envie de découvrir des choses ». Pourtant les femmes représentent 58 % des étudiant·es à l'université. Elles sont 70 % dans les filières lettres ou sciences humaines (source : observatoire des inégalités).

Laetitia Biscarrat

## 4a-Référence au genre – Stéréotype mis en cause

**Source : Internet - 20 Minutes**

**Titre : « Le suspect d'un féminicide en Alsace interpellé dans le sud de la France »**

L'article, court, rapporte l'avancement d'une enquête dans la région du Bas-Rhin : un homme recherché pour le meurtre de son ancienne compagne a été interpellé. Bien que l'article soit classé dans la catégorie « faits divers » et rédigé dans un style correspondant, très court et factuel, le texte répond aux demandes des militantes féministes vis-à-vis du traitement souvent sexiste de ce genre d'affaire. Tout d'abord, des mots neutres sont employés pour désigner les protagonistes (« suspect », « victime ») comme les relations qu'elles ont entretenues. De plus, le terme « féminicide » est utilisé pour qualifier le crime : ce terme ne fait pas encore l'unanimité dans les rédactions, dont certaines continuent d'utiliser des mots et expressions minimisant la responsabilité du coupable et/ou la dimension systémique des meurtres de femmes par des hommes avec lesquels elles ont un lien conjugal ou familial (« meurtre » « homicide » ou encore l'expression « crime passionnel »). Cette dimension systémique des violences envers les femmes en raison de leur genre est d'ailleurs rappelée à la fin de l'article : la dernière phrase précise le nombre de féminicides comptabilisés en France depuis le début de l'année 2020, avant de préciser que « en 2019, 146 femmes ont été tuées par leur conjoint ou ex-compagnon, soit 25 de plus que l'année précédente, selon les derniers chiffres officiels ».

De manière intéressante, des éléments très classiques des articles de faits divers cohabitent avec des éléments faisant le lien entre l'affaire concernée et le problème des violences faites aux

femmes. Ainsi, l'image d'illustration de l'article représente un gros plan sur la carrosserie d'un véhicule sur lequel on peut lire « gendarmerie », où l'on voit le reflet d'un gendarme en intervention. Est aussi intégré dans l'article un post Facebook de la gendarmerie du Bas-Rhin annonçant officiellement que le suspect, qui avait fait l'objet d'un avis de recherche publié quelques semaines plus tôt, a été interpellé. Les articles du site web de 20 Minutes sont souvent accompagnés d'une vidéo en incrustation, qui n'a pas été spécifiquement créée pour l'article mais qui concerne le même thème. Ici, il s'agit d'une vidéo intitulée « Chiffres, causes, victimes... Qu'est-ce qu'un féminicide ? » présentée par la journaliste Caroline Politi, spécialisée dans les thèmes police/justice chez 20 Minutes. Elle commence par rappeler que le nombre de féminicides en France reste stable, malgré les investissements annoncés par le gouvernement ces dernières années, puis donne la définition du terme et les points communs entre ces crimes (perpétré au domicile de la victime, prémédités...). Des extraits de discours d'E. Macron et des députées LREM sur la question sont montrés, ainsi qu'un extrait d'une campagne vidéo de prévention du gouvernement contre les violences conjugales. De manière très intéressante, la journaliste note une augmentation des féminicides commis par des hommes âgés de plus de 70 ans, faisant un lien entre la maladie et la vieillesse et les assassinats des conjointes. Elle note ensuite que les meurtres d'hommes existent mais sont minoritaires, et sont commis la moitié du temps par des femmes elles-mêmes victimes de violence dans leur couple se retournant contre leur agresseur.

Lucie Delias

**Source : Internet - Slate**

**Titre : Refuser d'être enceinte pour préserver son corps, un motif pas si superficiel**

**Légende de la photo :** Toutes les femmes confrontées ne serait-ce qu'à l'idée de la maternité se retrouvent dans un pot-pourri de prescriptions.

**Analyse**

Cet article peut-être un objet pertinent pour une analyse qualitative en ce qu'il remet explicitement en cause les stéréotypes liés à la grossesse et met en présence différents concepts féministes. En

effet, le reportage met en débat les injonctions qui pèsent sur les femmes concernant le choix de porter ou non un/des enfant.s ainsi que la désinformation sur les réalités de la grossesse. Par un recueil de témoignages de femmes ayant refusé la grossesse (pour préserver leurs corps ou pour des motifs relatifs à l'écologie), adossé aux commentaires de deux sociologues (Elsa Boulet et Charlotte Debest), l'article adopte un point de vue résolument structuraliste de la domination des femmes par les hommes en matière d'injonctions corporelles. En mettant en lumière les injonctions contradictoires qui pèsent sur le corps des femmes (elles doivent enfanter mais continuer de correspondre aux normes esthétiques du patriarcat par exemple) le reportage entend montrer que celles-ci peuvent choisir de porter un enfant et de rester dans des grilles esthétiques oppressives ou qu'elles peuvent choisir de ne pas être enceinte sans que ce choix reflète pour autant un conformisme à l'injonction patriarcale de beauté.

Ce faisant, l'article opère une neutralisation axiologique : tomber enceinte, ou pas, se conformer aux standards de beauté, ou non, est féministe à partir du moment où la décision est réfléchie et est le fait du sujet. Cette neutralisation, si elle permet un empouvoirement certain des femmes en matière de lutte contre l'appropriation de leurs corps par les hommes, interroge cependant une certaine vision du féminisme qui peut s'inscrire dans un "compromis patriarcal". En effet, si le stigmate attaché au refus de la grossesse est mis en débat dans ce reportage, l'appropriation de ce stéréotype par les femmes peut relever du paradoxe, en dépit des discours tenus par les femmes interrogées : la revendication féministe du refus de porter un enfant pour "préserver son corps" ne se heurte-t-elle pas à l'intériorisation du besoin de correspondre à un modèle esthétique patriarcal ?

Héloïse Staroz

**Source :** Internet - Huffington Post

**Titre :** Ce sondage IFOP sur la tenue vestimentaire des lycéennes consterne de nombreux élus

**Titre de l'URL :** Surréaliste, puritain, un sondage sur la tenue des lycéennes consterne ces élus

### Analyse

Cet article nous a semblé pertinent pour une analyse approfondie car il traite d'un sujet qui est au cœur des inégalités de genre à travers les siècles : le sujet de l'habillement – en particulier les normes de l'habillement féminin. En effet, les vêtements sont un moyen de contrôle et de normalisation des corps ; ils font partie des marqueurs qui performent la féminité et, en règle générale, la différence entre les genres.

Ici, il s'agit de la tenue vestimentaire des lycéennes – non pas des lycéens. La polémique est partie d'un sondage IFOP commandé par *Marianne*, sur « L'autorisation du port des divers types de vêtements féminins [‘haut’] dans les lycées publics ». La question posée était la suivante : « Souhaitez-vous que les lycées publics autorisent ou interdisent aux filles le port des vêtements suivants dans l'enceinte de l'établissement ? »

L'article du *Huffington Post* s'attarde surtout sur les réactions des élu.es, de différents bords politiques, sur Twitter, mais revient aussi sur le problème soulevé par plusieurs lycéennes (également sur les réseaux sociaux, sous le hashtag #14septembre, mais aussi lors de manifestations) dès la rentrée, à savoir le sexisme dont elles sont victimes en milieu scolaire. Ce sexisme passe notamment par des remarques déplacées, de la part de leurs camarades (et parfois de leurs professeur.es !) sur leurs vêtements. Ces lycéennes (et lycéens) revendiquaient le droit de s'habiller selon leur convenance, de ne pas être importunées pour leur tenue. Il semble désastreux qu'en 2020 une telle répression – car c'est de ça qu'il s'agit, des personnes s'étant vues refuser l'entrée dans leur établissement pour le port d'un T-shirt ou d'une jupe trop courte – ait lieu, et soit validée par le gouvernement. Jean-Michel Blanquer, recommandant des tenues « normales » et « républicaines », valide et encourage le conservatisme.

Le journal revient également sur le choix des dessins, qui est en lui-même problématique. Les corps qui y sont montrés sont des bustes, minces et à grosse poitrine. Cela renvoie une image sexualisée des femmes, une réification de leurs corps, d'autant que le sondage porte sur des

personnes mineures. Nous pouvons nous questionner sur « l'ensemble des Français » interviewés lors de ce sondage... et douter que les personnes concernées, à savoir les lycéennes, y aient participé. En France, toute personne a le droit de posséder de son corps. N'est-ce pas, dès lors, contradictoire de dicter ce qui devrait ou ne devrait pas être montré par les vêtements ? Et, pour le souligner à nouveau, ces questions ne concernent que les lycéennes. « Hâte de connaître le % de Français qui pensent que c'est OK pour les garçons de dévoiler leurs genoux. » tweete Rebecca Ansellem, citée dans l'article.

Les tweets repris dans l'article vont tous contre le sondage IFOP, dévoilant la position éditoriale du journal qui reprend certains de leurs propos. Ces commentaires sont de personnalités politiques, il aurait pu être intéressant de montrer aussi les réactions des personnes directement concernées par ce sondage. Un sondage n'est pas une loi, ce n'est pas une obligation pour les établissements secondaires publics d'exiger de leurs élèves qu'elles portent tel soutien-gorge ou tel T-shirt. Pourtant, présenter des résultats disant que plus de la moitié de la population française est contre le port d'un décolleté (etc.), c'est donner du poids à cette voix « puritaine » pour reprendre les propos du HuffPost.

En choisissant cet article, nous aimerions mettre au jour la tribune médiatique dont ont pu bénéficier des propos véhiculant des propos sexualisant des jeunes femmes mineures et remettant en question leur droit à disposer de leur corps et de choisir leur tenue vestimentaire. Le conservatisme et la misogynie de la France sont toujours d'actualité. Contrairement à ce que certain.es souhaiteraient nous faire croire, le féminisme est un combat d'aujourd'hui, et ses enjeux demeurent semblables à ceux des premiers temps, ici la tenue vestimentaire. En première ligne lors du GMMP 2020 étaient les lycéennes.

Laura Verquere et Haneul Lavou

## 4b-Référence au genre & Équilibre / genre

**Source :** Presse - Les Échos

**Titre :** Hydrogène vert : une énergie prometteuse

**Photo :** Oui

**Légende de la photo :** Le plein d'un véhicule à hydrogène est aussi rapide qu'avec du carburant classique, ce qui n'est pas le cas de la recharge d'un véhicule électrique à batteries.

**Analyse**

Comme tous les titres « spécialisés », le journal *Les Échos* est assez déstabilisant pour le profane. Les articles sont souvent techniques, très centrés sur l'économie à la fois macro-économie (action de l'états et pouvoir publics sur l'économie, le budget qui occupe une place importante dans le numéro analysé) et micro-économie (entreprise). Peu de faits divers, peu d'informations politiques généralistes dans le numéro qui nous est proposé à l'analyse.

Les sources institutionnelles qui apparaissent dans le journal sont principalement des acteurs politiques de premier plan (ministre, commissaire européen, chef d'entreprise). Beaucoup d'expert.e.s de think tank, de fondations diverses apparaissent aussi ainsi que des représentant.e.s des groupes de pression et lobby.

L'article que nous avons choisi d'analyser n'est pas a priori un article qui permet de mieux comprendre le traitement médiatique des femmes et des hommes, puisqu'il porte sur la filière de l'hydrogène décarbonnée et son développement. L'article est un article extrêmement technique. Écrit par un journaliste homme – 55 ans, bien établi dans la profession<sup>27</sup> - , il préconise le développement de cette nouvelle énergie. L'article est d'ailleurs un article qui prend position en faveur de cette nouvelle énergie et il n'y a pas d'avis d'éventuel adversaire. Que faire d'un article comme celui-ci et pourquoi l'avoir choisi ?

Quatre personnages apparaissent dans cet article. Tous vont avoir la parole pour défendre cette énergie et la parole se répartit à égalité entre les femmes et les hommes.

<sup>27</sup> <https://www.club-presse-bordeaux.fr/frank->

niedercorn-journaliste-sinon-rien/

Les deux hommes et les deux femmes partagent d'ailleurs les mêmes rôles : un homme et une femme représentent les « lobbys », soit de l'environnement (ADEME) soit de l'hydrogène (AFHyPac) ; un homme et une femme représentent l'expertise : l'un est ingénieur, l'une est membre d'un laboratoire du CEA. Cette parité est à mon avis assez innovante, surtout sur un sujet comme celui-ci très scientifique et technique qui ont longtemps été le monopole d'expert et de porte-parole masculin. Avoir choisi la parité est à mon avis le signe des effets symboliques du contexte paritaire. Aujourd'hui, dans la mesure du possible, les journalistes semblent attachés à mettre en avant dans leur article des femmes y compris des femmes expertes. On peut faire l'hypothèse qu'il existe désormais une forme de « polyphonie paritaire » qui rend possible cette présence de femmes y compris sur des dossiers techniques comme celui traité dans l'article.

Sandrine Lévêque

**Source : Presse Ouest-France**

**Titre de Une :** « Covid-19. Malgré l'alarmisme, le virus tue peu sur le continent africain. »

**Titre en pages intérieures (p. 2) :** « Malgré l'alarmisme, le Covid-19 tue peu en Afrique. »

**Auteur :** Patrick Angevin

**Photo :** la photo illustrant cet article occupe un sixième de page. Elle représente des écolières et un écolier ivoirien portant un masque en tissu, souvent coloré. Toutes les petites filles portent une robe au motif vichy, soit rouge, soit bleu (un uniforme scolaire ?). Le petit garçon est vêtu d'un ensemble bermuda et t-shirt de couleur beige. Au premier plan, une petite fille est mise en avant avec un cadrage buste et visage, son regard dirigé vers l'objectif, tandis qu'au deuxième plan, six autres enfants sont alignés le long d'un mur ocre. La composition de la photo démontre un souci esthétique (jeu sur les couleurs, sur les différents plans). Cette photo met les fillettes à l'honneur, puisque celles-ci y sont à la fois majoritaires et que l'une d'entre elle figure au premier plan. Si l'on élargit la focale à l'ensemble de la page 2, cette photo s'intègre dans un ensemble iconographique plus vaste qui met en avant les femmes (qu'elles soient écolières, personnel médical ou soignant, patientes, migrantes) dans chacune des quatre photos publiées.

**Photographe :** Issouf Sanogo / AFP

**Légende :** « Des écoliers ivoiriens, en mai, à Abidjan. Avec plus de la moitié du 1,3 milliard d'Africains âgés de moins de 20 ans, la jeunesse du continent l'a sans doute préservé du Covid. »

On constate un écart, voire une incohérence entre la photographie en elle-même, qui représente majoritairement des filles, et le texte de la légende qui parle d'« écoliers » (et non d'écolières) et d'« Africains âgés de moins de 20 ans ». Cette légende ne fait donc pas usage de l'écriture inclusive, ni ne témoigne d'un effort de féminisation des noms.

**Emplacement :** l'article est annoncé en Une et ouvre ensuite les pages intérieures du journal (en haut de la p. 2), dans la rubrique « Monde / Europe », occupant (texte + photo) un tiers de la page. Il s'insère dans un ensemble plus vaste où deux autres articles sont aussi consacrés à la thématique du Covid-19 dans le monde. Il occupe ainsi une position de choix dans le journal, qui signale, par ces éléments d'emplacement, l'importance de ce sujet dans la hiérarchie de l'information opérée par Ouest France le 29 septembre 2020.

**Texte :** le texte occupe environ un sixième de page et se déploie sur trois colonnes. Il propose un bilan sur la pandémie en Afrique, constatant que ce continent est l'un des moins durement frappés avec l'Océanie, et avance plusieurs hypothèses explicatives en s'appuyant sur des propos d'expertes. En effet, l'article fait la part belle aux citations au style direct et souligne leur importance grâce à des marqueurs typographiques, celles-ci étant imprimées en « gras ». Les citations constituent à peu près la moitié de l'article. L'ensemble des expertes citées dans cet article sont des femmes occupant des positions d'autorité car elles exercent une fonction de direction dans des organisations d'envergure mondiale qui bénéficient d'une forte reconnaissance sociale : l'une est directrice du centre Pasteur au Cameroun, l'autre est directrice du bureau Afrique de l'organisation mondiale de la santé (OMS). Pour désigner les titres et fonctions de ces expertes, l'article utilise le féminin : il emploie ainsi le terme « directrice » ou encore parle de « la scientifique ». Si l'usage du mot directrice est entré dans les mœurs et ne constitue pas à lui seul la preuve d'une attention à la féminisation des noms, on peut faire un constat plus nuancé concernant le recours à « la



scientifique » qui pourrait relever d'une démarche volontariste. De façon générale, l'article semble privilégier l'usage de termes et expressions neutres du point de vue du genre, à l'instar de « l'Afrique », « le continent », « la jeunesse de sa population », « la jeunesse du continent », « les moins de 20 ans », « les populations africaines », même si l'on constate que la règle grammaticale selon laquelle le masculin l'emporte sur le féminin est appliquée, lorsque l'article indique que « les scientifiques restent très prudents (...) ils manquent de recul (...). Ou encore, quand il mentionne « la forte proportion d'Africains » ou les « 1,3 milliards d'habitants ». S'il n'y a donc pas d'écriture inclusive à proprement parler, on ne peut manquer de relever les signaux allant dans ce sens.

Enfin, les éléments précités, qui indiquent une volonté de promouvoir les paroles féminines, résultent probablement des préconisations rédigées et diffusées dans chaque rédaction par le « Réseau Égalité » qui s'est constitué en 2018 à *Ouest-France*. Œuvrant à une meilleure représentation des femmes dans le journal, celui-ci a notamment instauré un baromètre mensuel. Ainsi l'écriture fait-elle l'objet d'une attention particulière, à travers la promotion d'une féminisation des noms et des fonctions, et l'adoption d'une charte d'écriture non sexiste, vigilante à l'égard du traitement des violences faites aux femmes. Le choix des sources d'information constitue un second point d'attention du « Réseau Égalité » qui recommande l'utilisation d'un annuaire d'expertes.

Eugénie Saitta

**Source :** Radio – France Culture

**Titre :** Le livre “Libres et égaux en voix” publié par Julia Cagé et qui traite de la question de la démocratie et des solutions au manque de représentativité dans le système démocratique contemporain

### Analyse

Entretien entre l'invitée de la matinale, l'économiste Julia Cagé, et le présentateur de la matinale, Guillaume Erner

Tandis que le journaliste Guillaume Erner (homme blanc présentateur de radio), fait référence dans ces questions à deux hommes

politiques blancs ayant vécu dans la deuxième moitié du 19<sup>ème</sup> siècle - Léon Blum et Jean Jaurès -; l'économiste Julia Cagé (une femme blanche universitaire) cite, et on peut supposer qu'elle le fait sciemment, deux femmes intellectuelles pour lui répondre - Hannah Arendt et Hannah Pitkin. Elle ne cite aucune source masculine. Cette opposition entre les deux hommes cités par Erner et les deux femmes citées par Cagé est frappante. Cette femme invitée dans un média fait le choix de visibiliser et de publiciser des travaux scientifiques d'autres femmes, souvent passés sous silence, tandis que l'homme journaliste ne fait référence qu'à des hommes. Julia Cagé introduit ainsi un équilibre des genres dans les sources en parlant de deux femmes à fort capital symbolique.

On peut noter aussi que lorsque Julia Cagé évoque Pénélope Fillon, elle ne la qualifie que par son nom et son prénom et elle ne fait pas référence au fait qu'elle est l'épouse de François Fillon. Dans les mots qu'elle utilise, elle fait le choix de ne pas renvoyer une femme à son rôle dans la famille et ne vient pas ici renforcer un stéréotype de genre.

Sur le fond de son discours, Julia Cagé évoque la question de la représentativité en démocratie et met l'accent sur l'absence de représentativité de genre mais aussi, en adoptant un point de vue historique, sur l'absence de droit de vote pour les femmes avant le milieu du 20<sup>ème</sup> siècle. Elle fait ainsi référence au genre dans son discours. On peut noter que son discours intègre non seulement le genre, mais aussi la classe sociale (elle parle de la représentativité des classes populaires) et la race (elle utilise le terme de “minorités visibles”), elle fait donc une lecture intersectionnelle des rapports sociaux.

De son côté, le journaliste cite des hommes pour parler de démocratie sans prise en compte des questions de genre et il développe un discours très classiste et condescendant, quand il parle “des pauvres” (“plusieurs commentateurs l'ont dit que les pauvres, je mets là aussi les guillemets qui conviennent, que les pauvres votent à droite et qu'il y a aujourd'hui une.., alors chacun jugera en fonction de ses opinions, mais les uns disent que les pauvres votent contre leurs intérêts, les autres disent que leur ressentiment, la colère est tellement forte vis-à-vis du système que on veut casser ce système et qu'il y aurait finalement une sorte de dimension nihiliste, par exemple dans un vote comme le vote Trump.”)

#### 4c- Référence directe au genre

##### Source : Radio - RMC

**Titre :** Sport et radicalisation

##### Texte/Résumé :

À l'occasion de la sortie de son livre « Le livre noir du sport », la journaliste Apolline de Malherbe reçoit dans le cadre d'une interview, Patrick Karam, Vice-Président de la Région Ile de France en charge des sports. L'auteur présente son livre dans lequel il traite des questions liées au sport et à la radicalisation. Pour ce dernier, les salles de sport constituent des lieux de radicalisation. À ce titre, il aborde à plusieurs reprises la question des inégalités entre les hommes et les femmes.

##### Analyse :

Patrick Karam fait plusieurs références directes au Genre en abordant la thématique du sexisme dans les salles de sport (sous le prisme de la radicalisation). Il cite à titre d'exemple, le refus de certains usagers de salles de sport (présumés musulmans) de serrer la main à des femmes ou encore l'exclusion de ces dernières dans les lieux sportifs.

Si cet entretien permet de mettre en lumière le sujet des discriminations faites aux femmes dans les milieux sportifs, il en reste que la focale médiatique ne concerne qu'une catégorie de la population française, les hommes arabo-musulmans (alors même qu'elles sont largement généralisées à toutes les strates de la société). Cela a pour effet d'opérer une essentialisation des musulmans français et d'occulter le caractère répandu des discriminations -perpétrées également par des hommes blancs-.

On assiste ici à des mécanismes d'altérisation du sexisme, renvoyant les inégalités femmes/hommes vers un ailleurs culturel, -celui de la communauté arabo-musulmane- et à une instrumentalisation du Genre à des fins racistes et sécuritaires.

Warda Khemilat

##### Source : Twitter @Libe

**Photo :** lycéen·ne·s sur un banc

**Titre :** « Billet Crop-top : imaginerait-on un sondage sur ce qu'est une « tenue correcte » pour les garçons ? »

##### Analyse

En plus d'être pris dans une série d'autres tweets de Libé sur la question, le tweet fonctionne en trois temps :

Le contexte : l'ifop passe un sondage demandant à 2000 personnes ce qu'elles pensent des vêtements acceptables pour les adolescentes au lycée. Plusieurs journaux refusent le sondage, *Marianne* le publie. *Libé* fait un tweet qui vise le magazine nommément et interroge le sexisme de ces choix rédactionnels. À partir de cette actualité, *Libé* diffuse d'autres textes connexes, dont le billet qui occupe notre tweet et interroge la pertinence de faire le sondage, avant même de le publier, déployant à ce niveau le principe féministe qui veut que c'est moins les vêtements qui posent problèmes que le regard ou le sondage que l'on porte dessus.

Le tweet indique « Crop-top : imaginerait-on un sondage sur ce qu'est une « tenue correcte » pour les garçons ? » avec l'illustration présentant deux jeunes personnes assises sur un banc en extérieur. Les deux personnes sont cadrées sur leurs mains, leurs bassins et leurs cuisses. La personne de droite est une jeune fille portant blouson et jupe courte en jean. La personne de gauche est plutôt androgyne, et porte veste et short noir. Le choix photographique ne montre pas un garçon et une fille, dans ce cas, il aurait pu accentuer largement le contraste genré entre les deux personnes, en utilisant une image montrant un corps plus stéréotypé de jeune homme, le choisissant avec une musculature plus athlétique, des cuisses poilues, des mains abimées, etc. Mais ce n'est pas le cas, et l'on voit une jeune femme et une personne moins déterminée, que l'on peut autant lire comme un garçon "parce qu'il a un short" ou "parce qu'il est plus corpulent", ou comme une personne androgyne, "parce qu'aucun signe de ce corps ne permet de statuer".

L'extrait du chapeau lisible sous l'image évoque les mobilisations des lycéenNES et des collégienNES, marquant bien le caractère féminin du mouvement.

L'article lié au tweet fait un déroulé d'arguments féministes sur l'égalité de traitement des h et des f, sur la question du regard porté sur les corps, etc. Chose intéressante, l'image d'illustration, qui est celle du tweet, est cadrée plus large, et montre, à gauche, un corps plus masculin, mais plus enfantin aussi, corps en pleine pose de manspreading sur le banc, masculinité par le geste, bien entendu.

L'intérêt de cette image, dans ses deux formats d'ailleurs, c'est qu'elle ne rejoue pas forcément les stéréotypes de la distinction des corps féminins et masculins, en illustrant un problème de différence plutôt importante de traitement des sexes | genres, par une expérience visuelle reposant sur la variation possible des critères d'interprétation de la masculinité du corps de gauche.

### **Source : Internet – France 24**

**Titre :** Le Kenya se divise sur un projet de loi sur l'avortement et la santé des femmes

**Photo :** deux

**Légende de la photo :** Vidéo

### **Analyse**

Sur l'ensemble des articles retenus pour France24, seulement deux articles évoquent des sujets liés aux femmes, l'un porte sur une manifestation de défense de l'avortement à Mexico, le second, notre choix d'article, est consacré à un projet de loi sur l'avortement au Kenya. France24 qui, comme RFI, sont des médias internationaux, diffusés en plusieurs langues et surtout particulièrement présent en Afrique, ce qui explique que les sujets de France24 étudiés soient majoritairement étrangers à la France (Biélorussie, Californie, États-Unis, Mexique, Kenya, etc).

L'article expose la proposition de loi qui doit être votée au sénat et qui concerne la sexualité féminine dont l'avortement et la PMA, avant de s'intéresser aux résistances qu'elle suscite, ce que l'on voit dès le chapô « les associations religieuses sont vent debout contre le projet ». La situation est alors présentée en deux points : la situation des femmes est difficile au Kenya (faute de structures d'accueil, de formation, d'éducation sexuelle) ce qui a pour conséquence un nombre élevé de grossesse non prévues. La loi pourrait améliorer l'accès aux soins. Maureen Akinyi, porte-parole co-fondatrice de l'association "Unicorn girls resource center", demande une prise en charge

qui articule politiques publiques, défenseurs des droits de l'homme et du citoyen. Or, ce qui est présenté comme une résistance à l'avortement décrit comme « tabou » est actuellement autorisé uniquement en cas de danger pour la mère. L'article se fonde sur une étude (déjà ancienne, de 2013) de Centre de recherche sur la population et la santé en Afrique (APHRC) qui montre que 40% des grossesses ne sont pas désirées. Le manque de prises en charge est donc montré comme risqué : les IVG or du milieu médical et l'article expliquent que « Chaque jour, une femme sur sept meurt des suites d'un avortement clandestin ». Les associations religieuses demandent le retrait de cette loi de prise en charge de l'avortement. Cette position est portée ici par Charles Kanjama, président du Forum de professionnels chrétiens du Kenya.

Une fois présentées ces deux sources/positions : une femme pour les droits des femmes, un homme pour les religieux, la chute de cet article laisse à entendre que les lois qui visent à améliorer les droits de femmes sont freinées par la religion chrétienne. En s'appuyant sur un argument, un sondage qui montre que « 85% de la population kenyane est chrétienne et contre l'IVG » ; la fin de l'article suggère que la loi risque de ne pas passer, ce qui est appuyé par deux arguments supplémentaires : la ministre de la santé est contre la loi et une loi de 2014 avait ainsi été refusée.

La vidéo, elle, après avoir montré les conséquences des avortements clandestins, filme une association qui agit en proposant des séances d'éducation sexuelle. La vidéo montre Maureen Akinyi et Charles Kanjama. La vidéo est alors intéressante car la première est présente sur le terrain, au milieu de jeunes femmes, dans une case, habillée en t-shirt à l'effigie de son association, alors que le second est filmé dans un bureau, en costume. La vidéo montre enfin Steff Musho, « avocate, spécialiste des droits de l'homme » présentée dans le sillage des activistes. Celle-ci défend la loi en soulignant qu'elle ne réalisera pas les craintes des résistants (favoriser les IVG) mais qu'elle devrait uniquement régler un problème existant et se présentant actuellement aux femmes. La chute reste la même que dans l'article.

Béatrice Damian-Gaillard et Sandy Montañola

**Source : Radio – Europe1**

**Titre : Chronique autour des tensions au sein de l'Académie des César**

### Analyse

La chronique traite du cinéma français et plus particulièrement des tensions au sein de l'Académie des César. Véronique Cayla et Eric Tolédano s'appêtent à être élu.e.s respectivement présidente et vice-président des César. Ce fait d'actualité engage le journaliste à aborder la situation de l'institution culturelle depuis la fin de l'année 2000 qui a été « plombée » avec d'abord la contestation de la gestion par Alain Terzian. S'ensuit un rappel autour 12 nominations de Roman Polanski à la dernière cérémonie qui s'est soldée par le sacre du meilleur réalisateur. Cette élection intervient donc dans le but de « rénover » les César. Il est ainsi question d'élire de « nouveaux » dirigeants à parité parfaite – la langue inclusive n'est pas mobilisée. Le journaliste relève alors un problème dans les statuts : sur les 182 administrateurs, 18 membres historiques sont restés en place dont Thomas Langmann, condamné pour harcèlement sur son ex-compagne, et Roman Polanski, qui a déclaré ne pas se rendre à l'Assemblée générale. Le journaliste conclut enfin sur le fait de devoir, « sans doute » revoir les statuts des César.

Dans cette chronique, seule la parole du journaliste est entendue, aucune source extérieure n'est à relever. Le langage utilisé par le journaliste n'est pas sexiste et tend à la neutralité. Cependant, les termes employés ne sont pas inclusifs et, alors qu'une femme va être nommée présidente de l'institution au côté d'un homme en tant que vice-président, le journaliste évoque les « nouveaux dirigeants à parité parfaite ». L'élection de Véronique Cayla et Eric Tolédano est une accroche efficace permettant de relever les tensions liées à la constitution du groupe d'administrateur.trice.s de l'Académie des César et la présence notamment de Thomas Langmann et Roman Polanski. Le journaliste ne remet pas en doute le fait que leur présence puisse crisper un certain nombre de téléspectateurs.

Le reportage apparaît en 26e position sur 30 reportages en tout. Il n'est pas répété plusieurs fois au sein de la matinale comme un titre à retenir pour cette journée. Il apparaît donc en tant que

« chronique », une seule fois, au début de la seconde heure. En tout état de cause, la chronique aborde 1/ la question de l'égalité des genres dans les professions du cinéma (élection d'une femme et d'un homme à la tête), mais aussi 2/ les accusations des membres de l'administration qui sont au cœur des tensions de la profession.

Lucie Alexis

**Source : Radio - RMC**

**Titre : Élection d'une femme à la Présidence de l'Académie des César et affaire Polanski**

### Analyse

Dans cette rubrique d'actualité, les journalistes dressent le portrait de Véronique Cayla, alors fraîchement nommée coprésidente de l'académie des César et présidente du conseil d'administration. A cette occasion, ils reviennent sur l'affaire Polanski et les accusations de sexisme qui ont récemment ébranlé l'académie des César. Ce sujet est traité une seconde fois au cours de la matinale. Les journalistes donnent cette fois la parole à des étudiants issus de l'école de cinéma EICAR et à l'un de ses responsables pédagogiques, M. Jonathan Broda afin qu'ils s'expriment sur la nomination d'une femme à la tête de l'Académie des César et sur la présence de Roman Polanski au sein du conseil d'administration.

Ce portrait de Véronique Cayla comporte des références directes au Genre (mixité au sein de la présidence des Césars, affaire Polanski etc.). L'obligation de parité au sein de l'académie intervient suite aux nombreux scandales sexuels et accusation de sexisme -suscités par les mouvements #Metoo et #Balancetonporc- qui ont secoué le milieu du cinéma. Notons que le journaliste mentionne la « petite voix douce » de Véronique Cayla dans son portrait, ce qui peut être classé dans « Stéréotype sexiste flagrant ».

Dans le second reportage d'actualité dédié à ce sujet (35min20), le reporter part à la rencontre d'étudiant en cinéma pour leur demander leur avis sur la gouvernance désormais mixte des César ainsi que sur les polémiques liées à la présence de Polanski au sein de l'Académie. La parole est alors donnée exclusivement aux hommes : deux

étudiants en cinéma et un responsable pédagogique de l'EICAR ont pu s'exprimer pour aucune femme. Les journalistes traitant de la question sont également masculins. Aucune femme n'a été interrogée ou n'a pas intervenir dans le cadre de ce reportage (si ce n'est la présentatrice Apolline de Malherbe qui ne s'exprime que très brièvement).

Warda Khemilat

**Source : Radio – Europe1**

**Titre : Les avancées médicales autour de la crise cardiaque : les différences entre les hommes et les femmes**

### **Analyse**

Pour la journée mondiale du cœur, un médecin réalise une chronique au cours de laquelle il aborde les avancées scientifiques concernant la crise. Des différences existeraient entre les hommes et les femmes : ces dernières verraient la maladie moins bien détectée et seraient moins bien suivies. Le docteur Jimmy Mohamed entend ainsi prendre soin « du cœur des femmes ». Les maladies cardio-vasculaires tuent 8 fois plus de femmes de plus en plus jeunes que le cancer du sein. Pendant longtemps, il semblerait que les femmes aient été protégées de ces maladies cardiaques par des hormones naturelles. Leur mode de vie a changé, elles ont adopté les mêmes comportements à risque que les hommes : elles fument plus, consomment plus d'alcool et ont une vie professionnelle plus stressante, une alimentation déséquilibrée, un peu de sédentarité, du surpoids...

Dans cette chronique, le ton tend à être humoristique : le journaliste souhaite prendre soin « du cœur des femmes ». Seule la parole du journaliste est entendue, aucune source extérieure n'est à relever. Le reportage, de moins de 3 minutes, apparaît en 29<sup>e</sup> position sur 30 reportages en tout. Il n'est pas répété plusieurs fois au sein de la matinale comme un titre à retenir pour cette journée. Il apparaît donc en tant que « chronique », une seule fois, à la fin de la matinale. Il annonce une émission plus longue à venir dans l'après-midi.

Il s'agit d'une chronique scientifique qui est bien là pour informer des inégalités que les hommes et

les femmes peuvent rencontrer s'agissant de la crise cardiaque. Le journaliste évoque le manque de prise en compte du corps médical : la femme peut avoir des symptômes comme l'essoufflement ou une grosse fatigue qui est parfois mise sur le compte de l'angoisse, ou encore des douleurs digestives qui font qu'« on ne va pas les prendre au sérieux ». Les femmes seraient donc moins bien prises en charge. L'entourage d'une femme met en moyenne une heure de plus à prévenir les secours lorsqu'elle présente des symptômes.

Lucie Alexis

# WACC

WACC

308 Main Street

Toronto

ON M4C 4X7

Canada

**Tel:** +1 416 691 1999

[gmp@waccglobal.org](mailto:gmp@waccglobal.org)

[www.whomakesthenews.org](http://www.whomakesthenews.org)

[@whomakesthenews](https://www.instagram.com/whomakesthenews)